

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS
MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA
DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO
2011”.**

Tesis presentada previa la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.C.P.A.

Autor:

Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

Director:

Ing. Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth.

La Maná - Ecuador

Diciembre - 2012

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011”** son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

C.I. 050330096-4

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011.”, de, Cunuhay Pastueña Natalia Soledad postulante de la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría , considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Anteproyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Diciembre del 2012

Directora:

.....

Ing. Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth

AGRADECIMIENTO

A través de este trabajo le agradezco principalmente a Dios por darme la vida y permitir tener la capacidad suficiente para salir adelante, a mis padres Rafael, Vilma por su apoyo incondicional, por mitigar mis penas y celebrar mis triunfos.

Del mismo modo expresar mi eterna gratitud a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a sus distinguidas autoridades y maestros de manera especial a la Ing. Brenda Oña, quien con su paciencia y dedicación me oriento para la consecución de este logro, a mi hermana Alexandra y a su amado Jaime quienes incondicionalmente me han apoyado, y a todas las personas que han hecho posible que este esfuerzo sea hoy una grata realidad desde el fondo de mi corazón mis más sinceros agradecimientos.

Natalia

DEDICATORIA

A Dios Todo Poderoso que alumbro siempre el camino para hoy ver cristalizado el anhelo de ser profesional , a mis queridos padres Rafael y Vilma que con su afán, sacrificio, y apoyo incondicional hicieron posible la culminación de esta etapa estudiantil, de manera especial a mi hijo Aarón y mi sobrino Alexis que han sido fuente de inspiración y superación.

A mis amigas Patricia, Delia que gracias a sus conocimientos hicieron de esta experiencia una de las mas especiales, a mis profesores gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Natalia

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICA

**TEMA: “COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS
MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL
CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011”**

Autora:

Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

RESUMEN

A través del presente trabajo de investigación se persiguió conocer la situación actual que atraviesan cada una de las distribuidoras de arroz, para analizar la relación que tiene con la economía del cantón La Maná, determinar los principales indicadores financieros de esta actividad económica teniendo como objetivo principal analizar la comercialización y rentabilidad para sugerir mejoras en la Economía de los propietarios de los negocios para realizar el trabajo de investigación se buscaron dos proyectos similares al tema el mismo que fue de mucha ayuda para la realización de esta investigación, categorías fundamentales haciendo relevancia los temas más importantes del mismo. Luego se aplicaron las encuestas para obtener datos reales de las distribuidoras, a través del análisis e interpretación de resultados permitieron fundamentar la propuesta de efectuar un estudio de comercialización y rentabilidad el cual se aplicaron índices de rentabilidad para los distribuidores de arroz lo que permitió determinar la influencia de la economía local y nacional con el 3% del PIB Agrícola 16.43% de la PEA del Cantón La Maná, participando esta localidad con el 4% de la comercialización de arroz en nuestro país lo que significa que la actividad es rentable y tiene una gran influencia en la economía local y nacional.

DESCRIPTORES: Comercialización y Rentabilidad de arroz

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

THEME: "MARKETING AND PROFITABILITY OF WHOLESALE CENTERS OF RICE AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON, COTOPAXI PROVINCE; YEAR 2011".

Author:

Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ABSTRACT

The present work of investigation was carried out to know the actual situation of every single distributor of rice, so analyzing the relationship with the economy of La Maná canton during the year 2011. Determining the most principal financial indicators of this economic activity is important, with the main objective of analyzing marketing and profitability to suggest improvements in the economy of business owners. In order to conduct the research, it was looked up two similar projects with the same topic which were very helpful in conducting this research and establishing the relevance of fundamental categories which are focused on the theme in a direct way. The survey was applied to obtain real data of distributors through the analysis and interpretation of results. In fact, the results permitted to establish the proposal in execute a study of marketing and profitability which will apply the return on an investment of rice producers. In addition, it allowed to determine the influence in local and national economy, with 3% of agricultural GDP, and 16.43% of the EAP of La Maná canton. It showed the participation of this location with 4% of marketing in our country which means that the activity is profitable and it has a representative influence on the local and national economy.

DESCRIPTORS: Marketing and Profitability of Rice



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

La Maná – Ecuador



CERTIFICACIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita egresada: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad cuyo título versa **“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI” AÑO 2011**”lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Diciembre 06 2012

Atentamente

DOCENTE

Lcdo. Toaquiza Chancusig José Fernando.

C.C. N°. 050222967-7

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

La Maná – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: **Cunuhay Pastueña Natalia Soledad**, con el título de tesis: **COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CENTROS MAYORISTAS DE ARROZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011.**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, 6 de Diciembre del 2012.

Para constancia firman:

.....
Ing. Viviana Cando
PRESIDENTE

.....
Ing. Ángel Villarroel
MIEMBRO

.....
Dra. Marcela Vizuete
OPOSITOR

ÍNDICE GENERAL.

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
	Portada.....	
	Autoría de Tesis.....	ii
	Aval de la Directora de Tesis.....	iii
	Agradecimiento.....	iv
	Dedicatoria.....	v
	Resumen.....	vi
	Abstract.....	vii
		viii
	Certificación.....	
	CAPITULO I	3
1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
1.1	ANTECEDENTES.....	3
1.1.1	Proyecto 1.....	3
1.1.2.	Proyecto 2.....	4
1.2.	Categorías Fundamentales.....	5
1.3.	Marco Teórico	6
1.3.1.	Economía.....	6
1.3.1.1.	Características de la economía	6
1.3.1.2.	Tipos de economía.....	7
1.3.1.3.	Modelo Económico	9
1.3.1.4.	Clasificación.....	9
1.3.1.5.	Microeconomía.....	10
1.3.1.5.1.	Importancia de la Microeconomía.....	11
1.3.1.5.2.	Economía local.....	12
1.3.1.6.	Macroeconomía	12
1.3.1.6.3.	Ingresos Per Cápita.....	14
1.3.2	Comercialización.....	15
1.3.2.1	Canales de Comercialización	15
1.3.2.2	Recursos Comerciales	17
1.3.2.3.	Promoción	18

1.3.2.4.	Precio.....	18
1.3.2.5.	Demanda.....	19
1.3.2.6.	Oferta.....	19
1.3.2.7.	Modelo de la Oferta y Demanda	20
1.3.2.8.1.	Clasificación del Mercado.....	21
1.3.2.8.2.	Estructura del mercado.....	22
1.3.3.	Rentabilidad.....	23
1.3.3.1.	Ratios Financieros	23
1.3.3.2.	Ratios de liquidez	24
1.3.3.3.	Ratios de endeudamiento.....	25
1.3.3.4.	Ratios de productividad.....	28
1.3.3.5.	Ratios Rentabilidad	30
1.3.3.6.	El Valor Actual Neto. (V.A.N.).....	31
1.3.3.7.	Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.).....	32
1.3.4.	Gestión microempresarial.....	34
1.3.4.1.	Clasificación de la gestión empresarial según sus diferentes técnicas	35
1.3.4.2.	Funciones básicas de la gestión:.....	35
1.3.4.3.	Niveles y tiempo:.....	36
1.3.5.	Centro Mayoristas de Arroz	38
1.3.5.1.	Antecedentes de la Distribución de Arroz.....	38
1.3.5.2.	Importancia.....	39
1.3.5.3.	Descripción del Proceso.	40
1.3.5.4.	Tipos de arroz que se comercializan en el Cantón	41
CAPITULO II		42
2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS	42
2.1.	Breve Caracterización del Objeto de Estudio.....	42
2.1.1.	Caracterización del objeto de estudio.....	43
2.1.2.	Preguntas Científicas.....	44
2.2.	Metodología Empleada.....	46
2.2.1.	La investigación utiliza los siguientes tipos de investigación	46
2.2.1.1.	Investigación Exploratoria	46
2.2.1.2.	Investigación Descriptiva	46
2.2.2.	Métodos De Investigación.....	46

2.2.2.1.	Método deductivo.....	46
2.2.2.2.	Método inductivo	47
2.2.2.3.	Método analítico.....	47
2.3.	Población y Muestra.....	48
2.3.1.	Población o universo de la investigación	48
2.3.2.	Tamaño de la muestra.....	48
2.3.3.	Desarrollo de la fórmula:.....	49
2.4.	Métodos y técnicas a ser empleadas.....	49
2.5.1.	Encuesta realizada a los distribuidores mayoristas de arroz.....	51
2.6.1.	Encuesta realizada a los clientes y consumidores de arroz.....	63
2.7.	Análisis e Interpretación de los Resultados.....	73
2.8.	Conclusiones	74
2.8.1.	Recomendaciones.....	75
CAPITULO III.....		76
3.	Diseño de la propuesta	76
3.1.2.	Institución: Distribuidora de arroz la Central.....	78
3.2.	Justificación.....	79
3.3.	Objetivos	80
3.3.1.	Objetivo General	80
3.3.2.	Objetivos Específicos.....	80
3.4.	Descripción de la propuesta.....	81
3.5.	Aplicación o Validación de la Propuesta.....	84
3.5.1.	Distribuidora Noble.....	84
3.5.1.1.	Antecedentes	84
3.5.1.2.	Análisis Situacional FODA.....	84
3.5.2.	Estados Financieros.....	86
3.5.2.1.	Flujograma del proceso contable.....	86
3.5.2.2.	Estado de Situación Inicial	87
3.5.2.3.	Balance General	88
3.5.2.4.	Estado de Pérdidas y Ganancia.....	90
3.5.2.5.	Costo De Ventas.....	91
3.5.3.	Comercialización.....	93
3.5.3.1.	Flujo grama del proceso de comercialización	93

3.5.3.2.	Comercialización directa	94
3.5.3.3.	Flujograma de distribución.....	96
3.5.3.4.	Distribución de la Planta	97
3.5.4.	Análisis de indicadores financieros Distribuidora de Arroz Noble	98
3.5.4.1.	Índices de Liquidez	98
3.5.4.2.	Índices de Productividad	100
3.5.4.3.	Índices de Rentabilidad	101
3.5.4.4.	Índices de Endeudamiento.....	102
3.5.6.	Tasa Interna De Retorno (TIR).....	106
3.5.7.	Informe De Rentabilidad	107
3.6.	Distribuidora de Arroz Katherine	109
3.6.1.	Antecedentes	109
3.6.1.1.	Análisis Situacional FODA	109
3.6.1.2.	Imagen Corporativa.....	110
3.6.1.3.	Ubicación geográfica de la Distribuidora de estudio.....	110
3.6.2.	Estados Financieros.....	111
3.6.2.1.	Flujograma del proceso contable.....	111
3.6.2.3.	Balance General	113
3.6.2.4.	Estado de Pérdidas y Ganancias	115
3.6.2.5.	Costo De Ventas	116
3.6.3.1.	Flujo grama de Comercialización.....	118
3.6.3.2.	Comercialización directa	119
3.6.3.3.	Flujograma de Distribución.....	121
3.6.3.4.	Distribución de la Planta	122
3.6.4.	Análisis de indicadores financieros de la Distribuidora de Arroz Katherine	123
3.6.4.1.	Índices de Liquidez	123
3.6.4.2.	Índices de Productividad	125
3.6.4.3.	Índices de Rentabilidad	126
3.6.4.4.	Índices de Endeudamiento.....	127
3.6.5.	Valor Actual Neto (VAN)	129
3.6.6.	Tasa Interna De Retorno (TIR).....	129
3.6.7.	Informe De Rentabilidad	130
3.7.	Distribuidora La Central.....	132
3.7.1.	Antecedentes	132

3.7.1.1.	Análisis Situacional FODA	132
3.7.2.	Estados Financieros	134
3.7.2.1.	Flujograma del proceso contable.....	134
3.7.2.2.	Estado de Situación Inicial	135
3.7.2.3.	Balance General	136
3.7.2.4.	Estado de Pérdidas y Ganancias	138
3.7.2.5.	Costo De Ventas	139
3.7.2.6.	Flujo de Caja de la Distribuidora de Arroz Central con proyección a 5 años	140
3.7.3.	Comercialización.....	141
3.7.3.1.	Flujo grama de Comercialización.....	141
3.7.3.2.	Comercialización directa	142
3.7.3.3.	Flujograma de Distribución.....	144
3.7.3.4.	Distribución de la Planta	145
3.7.4.	Análisis de indicadores financieros de la Distribuidora de Arroz La Central	146
3.7.4.1.	Índices de Liquidez	146
3.7.4.2.	Índices de Productividad	148
3.7.4.3.	Índices de Rentabilidad	149
3.7.4.4.	Índices de Endeudamiento.....	150
3.7.5.	Valor Actual Neto (VAN)	152
3.7.6.	Tasa Interna De Retorno (TIR).....	152
3.7.7.	Informe De Rentabilidad	153
3.7.8.	Análisis de los Indicadores financieros	155
3.7.9.	Análisis del TIR Y VAN	156
3.8.	Relación con la economía del cantón La Maná.....	157
3.9.1.	Conclusiones	159
3.9.2.	Recomendaciones.....	160

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
TABLAS Nº 1		
Constitución.....		51
TABLAS Nº 2		
Conocimiento comercial.....		52
TABLAS Nº 3		
Comercialización.....		53
TABLAS Nº 4		
Cargo		54
TABLAS Nº 5		
Funcionamiento.....		55
TABLAS Nº 6		
Empleados.....		56
TABLAS Nº 7 .		
Convenios		57
TABLAS Nº 8		
Estrategias.....		58
TABLAS Nº 9		
Ventas.....		59
TABLAS Nº 10		
Utilidad.....		60
TABLAS Nº 11		
Mercado.....		61
TABLAS Nº 12		
Tipos de Arroz		62
TABLAS Nº 13		
Frecuencia de compra.....		63
TABLAS Nº 14		
Consumo.....		64
TABLAS Nº 15		
Lugar		65

TABLAS N° 16	
Compra	66
TABLAS N° 17	
Precio.....	67
TABLAS N° 18	
Servicio.....	68
TABLAS N° 19	
Al momento de comprar.....	69
TABLAS N° 20	
Crédito.....	70
TABLAS N° 21	
Atención	71
TABLAS N° 22	
Consumo que se le da al arroz.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
GRÁFICO Nº1		
	Constitución.....	51
GRÁFICO Nº 2		
	Conocimiento comercial.....	52
GRÁFICO Nº 3		
	Comercialización.....	53
GRÁFICO Nº 4		
	Cargo.....	54
GRÁFICO Nº 5		
	Funcionamiento.....	55
GRÁFICO Nº 6		
	Empleados.....	56
GRÁFICO Nº 7		
	Convenios.....	57
GRÁFICO Nº 8		
	Estrategias.....	58
GRÁFICO Nº 9		
	Ventas.....	59
GRÁFICO Nº 10		
	Utilidad.....	60
GRÁFICO Nº 11		
	Mercado.....	61
GRÁFICO Nº 12		
	Tipo de Arroz.....	62
GRÁFICO Nº 13		
	Frecuencia de compra.....	63
GRÁFICO Nº 14		
	Consumo.....	64
GRÁFICO Nº 15		
	Lugar	65
GRÁFICO Nº 16		
	Compra.....	66

GRÁFICO N° 17	
Precio.....	67
GRÁFICO N° 18	
Servicio.....	68
GRÁFICO N° 19	
Al momento de la compra.....	69
GRÁFICO N° 20	
Crédito.....	70
GRÁFICO N° 21	
Atención	71
GRÁFICO N° 22	
Consumo que se le da al arroz.....	72
GRÁFICO N° 23	
Ubicación distribuidora noble.....	84
GRÁFICO N° 24	
Flujograma del proceso contable	85
GRÁFICO N° 25	
Flujograma de comercialización.....	92
GRÁFICO N° 26	
Flujograma de distribución.....	95
GRÁFICO N° 27	
Distribución de la planta	96
GRÁFICO N° 28	
Ubicación de distribuidora katherine.....	109
GRÁFICO N° 29	
Flujograma del proceso contable.....	110
GRÁFICO N° 30	
Flujograma de comercialización.....	117
GRÁFICO N° 31	
Flujograma de distribución.....	120
GRÁFICO N° 32	
Distribución de la planta.....	121
GRÁFICO N° 33	
Ubicación de distribuidora la central.....	133

GRÁFICO N° 34	
Flujograma del proceso contable.....	134
GRÁFICO N° 35	
Flujograma de comercialización.....	141
GRÁFICO N° 36	
Flujograma de distribución.....	144
GRÁFICO N° 37	
Distribución de la planta.....	145
GRÁFICO N° 38	
Análisis de los Indicadores Financieros.....	156
GRÁFICO N° 39	
Análisis VAN - TIR.....	157

ÍNDICE DE ANEXOS.

ANEXO 1

Encuesta dirigida a los compradores de arroz

ANEXO 2

Encuesta dirigida a los propietarios de la distribuidora

INTRODUCCION

La presente investigación con el tema “comercialización y rentabilidad de los centros mayoristas de arroz y su relación con la economía del Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi año 2011. Se origina con la necesidad de conocer si sus actividades económicas son rentables.

El problema trascendental es el desconocimiento acerca de la comercialización y rentabilidad en los centros mayoristas que da como resultado un inadecuado registro contable y la toma de decisiones oportunas.

El presente proyecto de investigación contable se ha dividido para su mejor apreciación en tres capítulos.

En el Capítulo I se basó en dos proyectos similares al tema textos de autores diferentes el mismo que fue un pilar fundamental para la investigación, las categorías fundamentales haciendo relevancia cada uno de los aspectos más importantes.

En el Capítulo II se dio comienzo con una breve caracterización de la población de la Investigación analizando la metodología; luego se realiza el desarrollo y procesamiento de las técnicas empleadas, de los instrumentos como son: Encuesta, tabulación de datos e interpretación de los datos obtenidos realizados en hoja de cálculo de Excel, a base de cuadros y gráficos estadísticos, para dar cumplimiento a la verificación de las preguntas científicas.

El capítulo III se desarrolla la propuesta establecida con la determinación de la comercialización, rentabilidad y la influencia con la economía del Cantón La Maná, Incluye el tema desarrollado, justificación así como el análisis financiero de cada distribuidora dedicadas a la misma actividad. Donde se señalan cada uno

de los pasos: Estados financieros, Canales de comercialización, influencia con la economía del Cantón La Maná.

Para culminar se enuncian las conclusiones y las recomendaciones de la investigación, las referencias bibliográficas y los respectivos anexos.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

A través de la investigación entorno al tema, se encontró resultados de proyectos similares al tema Planteado, los mismos que servirán de base para desarrollar de la mejor manera el presente trabajo de investigación y detallamos a continuación:

1.1.1 Proyecto 1

“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE TECNOLOGÍA EN EL MANEJO DEL CULTIVO DE ARROZ PARA LA ZONA DE PALESTINA, PROVINCIA DEL GUAYAS”.

Resumen

Trabajo que tiene por finalidad proveer de una guía técnica para la optimización de los recursos a emplearse en la producción arrocería en la zona de Palestina; para lo cual realiza encuestas que permiten diagnosticar la realidad de dicho sector, elabora técnicas para mejorar la productividad en la zona; transfiere tecnología a través de la capacitación sean estas por charlas y/o talleres a las personas involucradas directamente.

El resultado esperado es el mejoramiento de los niveles técnicos para la producción del sector arrocerero del cantón Palestina, favoreciendo un desarrollo socioeconómico del mismo.

1.1.2. Proyecto 2

“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE TECNOLOGÍA EN EL MANEJO DEL CULTIVO DE ARROZ PARA LA ZONA DE SANTA LUCIA PROVINCIA DEL GUAYAS”.

Resumen.

El presente Trabajo nos facilita de una guía técnica para la optimización de los recursos a emplearse en la producción arrocerera en la zona de Santa Lucia. Para la consecución de este trabajo fue necesario realizar un diagnóstico técnico mediante encuestas y análisis de campo, luego de esto se hicieron interpretaciones de los resultados, reconociendo las falencias técnicas que se presentaban.

Para favorecer el desarrollo socio económico de Cantón Santa Lucia y mejorar la producción del sector arrocerero es indispensable la realización de la ejecución de un análisis técnico el mismo que nos permitirá adentrarnos más en la realidad e la producción y optimizar los recursos que se utilizan en la producción de este cultivo.

1.2. Categorías Fundamentales

Cuadro 1



Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

1.3. Marco Teórico

1.3.1. Economía

La economía como ciencia, es la disciplina que estudia las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, analizando el comportamiento humano y social en torno de éstas. Si bien se trata de una ciencia social puesto que su objeto de estudio es la actividad humana, la economía dispone de un conjunto de técnicas que estriban en la práctica científico – matemáticos. (YEPEZ Miguel 2009 P. 96)

Como tal, la economía dispone de múltiples conceptos que apuntan a explicar el devenir en ocasiones, arbitrario – de los sistemas nacionales e internacionales a partir de prácticas políticas, sociales y culturales (ZORRILLA Santiago, 2007, P. 22).

La Economía es una ciencia que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos, con objeto de producir bienes y servicios, y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad.

• 1.3.1.1. Características de la economía

En las definiciones de economía se expresa que es una ciencia, como tal debe tener las características principales para que una disciplina sea considerada como tal, esto es: partir de los hechos y regresar hacia ellos, trascender y producir nuevos hechos, ser analítica, especializada, clara y precisa (MÉNDEZ Silvestre, 2007, p. 12).

En cuanto a las leyes económicas sus características principales son: consistencia lógica interna y externa, pertinencia o relevancia y predicción de fenómenos económicos (ROSSETI José, 2008, p. 26).

La economía se caracteriza por qué forma parte de un hecho, que propaga, y promueve diferentes acontecimientos de tal manera tiene originalidad trascendental y sus leyes son importantes para la emisión de pronósticos económicos que son de interés nacional y mundial.

1.3.1.2. Tipos de economía

a) Economía de libre mercado.

Se entiende por economía de libre mercado un sistema económico basado en el libre juego de las fuerzas del mercado. A través de la información que da el sistema de precios los agentes económicos van ajustando su oferta y demanda y tomando decisiones de producción, consumo, ahorro e inversión, para optimizar los recursos escasos.(CHIAVENATO Idalberto, 2007, p.78)

La obtención del beneficio indica la eficacia en ese ajuste. El Estado no planifica o dirige la actividad económica, pero crea la seguridad jurídica necesaria para que los particulares ejerzan libremente.(Palacio, Alfredo, 2008, P. 87).

El libre mercado es un conjunto económico, referente a la venta de productos entre países, libre de aranceles y de cualquier forma de barreras comerciales. El libre mercado supone la eliminación de barreras artificiales reglamentos gubernamentales al comercio entre individuos y empresas de diferentes países

b) Economía mixta o social en el mercado

En la economía mixta intervienen las empresas públicas y privadas pues se toma en cuenta lo que las empresas privadas generan a sí mismas y al mercado y lo que las empresas publicas generan al estado, que no solo generan al estado sino también resuelven cualquier tipo de inconveniente en el mercado pero eso si como se menciono antes no aporta a dicho mercado.(STHEPEN Philip, 2008, p.105).

La economía socialista es la que defiende al “pueblo” pues en esta interviene los obreros, trabajadores etc. Pues al contrario los empresarios, jefes etc. Tratan de restaurar el capitalismo. (CHIAVENATO Idalberto, 2007, p.83)

La economía es la relación que existe entre empresas públicas y privadas ya que si no existieran los empresarios privados no habría fuentes de trabajo, pues que el estado no puede generar suficientes fuentes para satisfacer la demanda de trabajo.

c) Economía planificada.

La economía planificada la maneja el estado pues interviene mucho en algunas industrias, pero cualquier decisión o cambio que genere algún error afectara siempre a la sociedad. (BORISOV Karl,2007, p. 145).

Hay varios modelos de planificación del que surge el consenso entre los actores económicos a través de la socialización de los medios de producción en un entorno descentralizado y de participación activa de los productores (planificación colectiva o comunitaria) y ciudadanos hasta la organizada por una entidad central en la que se coordina toda la economía.(ZHAMIN, Josheph,2007, p. 198)

La economía planificada es aquella en que se prescinde de un mercado para la asignación de recursos, es adecuado para las industrias y el estado de modo que cualquier decisión que afecte también afectara al pueblo.

1.3.1.3. Modelo Económico

La teoría de modelos económica es una disciplina que tiene por objeto, hablando en forma amplia, el estudio de los aspectos económicos. Ahora bien, vale preguntarnos ¿qué son o cómo se definen los aspectos económicos dentro de la realidad social? No ha resultado un tema sencillo el acuerdo sobre la definición del objeto de estudio de la economía.(CARRION, Mena, 2009, P. 14).

El modelo económico tiene dos grandes aplicaciones. En la economía matemática, se trata de una representación teórica del funcionamiento pretendido de los diversos procesos de la economía. En este sentido, el modelo económico utiliza variables y relaciones lógicas entre las mismas, con el objetivo de que la representación simplificada ayude a comprender sistemas más complicados.(STEPHEN Philip, 2007, p. 91).

La economía política, es el nombre que reciben los conjuntos de procesos sociales y de producción que dictamina el Estado con la intención de lograr la mejor relación posible entre las empresas.

1.3.1.4. Clasificación

Según Carrión Mena en el año 2009 manifiesta que la economía se clasifica en dos grandes sistemas considerando los siguiente

a) El sistema descentralizado consiste en establecer que los individuos sean los protagonistas fundamentales de la economía. Quiere decir que cada individuo tiene la libertad de decidir la actividad que quiera ya sea en la producción o en la distribución. Este individuo debe elegir si se dedica a producir pan, zapatos o cohetes. O bien, si desea comercializar lo que otros producen. (CARRION, Mena, 2009, P. 17).

b) El sistema centralizado requiere la abolición de la propiedad privada y por lo tanto la prohibición del comercio entre los particulares. La producción de zapatos, por ejemplo, no la decide el empresario sino el centro (el gobierno). La norma fundamental de funcionamiento se basa en la disciplina u obediencia absoluta al poder central.

Estos son los dos modelos puros de la economía. Sin embargo, no existe ningún país que lo aplique al pie de la letra. Todo país tiene una mezcla de los dos modelos económicos. Hay sociedades que tienen más mercado que estado, por ejemplo, Hong Kong, Singapur, Taiwán, etc. Otras sociedades tienen más estado que mercado, por ejemplo, Corea del Norte, Cuba, China.

1.3.1.5. Microeconomía

La microeconomía parte de la ciencia económica dedicada al estudio de las unidades económicas fundamentales (unidades económicas de producción o empresas y unidades económicas de consumo o familias), así como de los distintos mercados y de los precios que en ellos se forman, de los distintos comportamientos que tienen los participantes en ellos.(CARRION, Mena, 2009, P. 19).

Según la teoría microeconómica, el consumidor debe tener en cuenta su restricción presupuestaria y sus preferencias, es decir que escogerá la canasta que prefieren de su conjunto presupuestario. (CHIAVENATO Idalberto, 2007, p.29)

La microeconomía es una rama de la economía que estudia el comportamiento de unidades económicas individuales, como pueden ser individuos, familias y empresas, y el funcionamiento de los mercados en los cuales ellos operan.

1.3.1.5.1. Importancia de la Microeconomía

La economía de la empresa proporciona la perspectiva y las herramientas analíticas necesarias para entender las funciones y las contribuciones de las instituciones comerciales. La administración científica moderna exige que se comprendan más que superficialmente las actividades funcionales de las empresas, clasificadas tradicionalmente como contabilidad, producción, mercadotecnia, finanzas y manejo de personal (SAMUEL Carl, 2006, p. 19).

La microeconomía estudia algunos aspectos de vital importancia para la economía, entre los cuales se mencionan, la conducta del consumidor que nos lleva a la teoría de la demanda, teoría de la producción y costos, teoría de los precios y producción, el mercado sus características y tipos (BORISOV Karl, ZHAMIN, Josheph, 2007, p. 145).

La microeconomía es importante porque nos permite entender el desempeño y las contribuciones comerciales, la clasificación funcional de los diferentes departamentos que están inmersos en el desarrollo de la empresa. También examina el comportamiento del consumidor, para que las empresas tomen decisiones acertadas que contribuyan en la buena marcha del ente.

1.3.1.5.2. Economía local

El nuevo modelo económico local cambia la manera en que se ha apreciado la producción y el consumo, aquello que se ha denominado el ‘mercado’. Propone de hecho un nuevo tipo de sistema monetario basado en los bienes del país. Implica dejar los recursos naturales en particular aquellos no renovables mayormente en la tierra (STEPHEN Philip, 2006, p.105).

Producción local para el consumo local, particularmente la agricultura, la industria maderera y las cosechas alimenticias debieran destinarse principalmente a satisfacer las necesidades locales de la gente, a la autosuficiencia, evitando en lo posible, importaciones agrícolas y especialmente de los países llamados industrializados. Esto también ayudaría a impedir ‘acuerdos de libre comercio’ la mayoría de los cuales están dañando las economías locales (SAMUEL Carl, 2006, p. 23).

La economía local está sujeta al sistema monetario del país, en el medio local acorde a las actividades empresariales que se llevan a cabo y la industria buscando el aprovechamiento de los recursos para la compensar las necesidades de la población, de tal manera se reduciría el consumo de artículos importados.

1.3.1.6. Macroeconomía

La macroeconomía se refiere al estudio del funcionamiento de la economía nacional y de la economía global. Algunos ejemplos son: ¿por qué se contrajeron el empleo y la producción en muchos países a principios de siglo? ¿es posible que el gobierno genere prosperidad al reducir la tasa de interés? (PARKIN Michael, 2007, p. 2).

La macroeconomía es la rama de la economía que analiza los indicadores macros de un país, que estudia variables agregadas, como la producción nacional total, la

renta, el desempleo, la balanza de pagos y la tasa de inflación (STEPHEN Philip, 2007, p. 91).

La macroeconomía estudia diversos indicadores globales que afectan a un país, región y al mundo entero, entre ellos la producción, niveles de renta, tasa de desempleo, balanza de pago e inflación, todos estos argumentos nos ayudan a manejar un equilibrio financiero

1.3.1.6.1 Importancia de la Macroeconomía

La macroeconomía es importante porque nos permite conocer los lineamientos generales del desarrollo económico de un país para poder influir en él. Nos sitúa y nos ubica en la realidad socio – económica en la que nos desenvolvemos (CONNELL Campbell, STANLEY Blue, 2008, p. 10).

La importancia de la macroeconomía es que permite conocer la realidad económica de un determinado país, haciendo referencia a criterios generales, como el ingreso nacional, producto nacional, inflación, devaluación, crisis económica y otros fenómenos macroeconómicos (NIKITIN Peter, 2007, p. 14).

La macroeconomía es importante porque nos permite entender el desempeño y las contribuciones comerciales, la clasificación funcional de los diferentes departamentos que están inmersos en el desarrollo de la empresa. También examina el comportamiento del consumidor, para que las empresas tomen decisiones acertadas que contribuyan en la buena marcha del ente.

1.3.1.6.2. PIB

Existen muchos indicadores de desempeño de la economía sin embargo los mejores indicadores disponibles se basan en la producción total anual de bienes y

servicios de la economía se le denomina producto agregado. El producto agregado de la economía se mide mediante el producto interno bruto (PIB) o valor total del mercado de todos los bienes finales y servicios que se producen en un país durante un año. (PARKIN Michael, 2007, p. 112).

El PIB, o producto interno bruto, es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un período de terminado. El PIB mide no solamente el valor de la producción total sino también el ingreso y el gasto totales, la igualdad entre el valor de la producción total y los ingresos totales es importante porque muestra la relación directa entre la productividad y el nivel de vida. (CONNELL Campbell, STANLEY Blue, 2008, p. 129).

El Producto Interno Bruto, con sus siglas PIB, mide el valor económico de los bienes y servicios que produce un país dentro de sus límites geográficos mediante recursos provenientes de sus pobladores o de extranjeros en un periodo determinado, que por lo general es de un año, de esta forma poder comparar su valor referencial con años diferentes.

1.3.1.6.3. Ingresos Per Cápita

El nivel de per cápita, es por persona, por lo común la vara que se emplea para medir el desarrollo económico de un país. Por lo regular se presume que los países con alto nivel de per cápita tienen un mayor nivel de bienestar económico que los países con bajos niveles de per cápita (CONNELL Campbell, STANLEY Blue, 2008, p. 139).

El Ingreso Per Cápita es un indicador comúnmente usado para estimar la riqueza económica de un país. Numerosas evidencias muestran que la renta per cápita está positivamente correlacionada con la calidad de vida de los habitantes de un país (MOCHON Francisco, 2007, p. 28).

El Ingreso Per Cápita se lo realiza por cada persona para calcular el progreso económico del país si el resultado que se obtiene es alto nos demuestra que el bienestar económico es apto, que la calidad de vida de los habitantes esta en optimas condiciones.

1.3.2 Comercialización

Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). Por ejemplo: “La empresa norteamericana lanzará la comercialización de un nuevo producto en los próximos días”, “La comercialización del vino de arroz fue un éxito”, “Tenemos un buen producto, pero todavía fallamos en la comercialización”. (MARTÍNEZ, Guerra, 2009, P. 216).

La comercialización es un proceso que abarca tanto la planificación y la gestión de la producción, para llevarla al destino donde lo requiere el mercado objetivo, por tanto, debe contemplar las cantidades suficientes para satisfacer la demanda y para generar un margen de utilidad razonable (VARGAS Luis, RODRÍGUEZ Natalia, 2005, p. 44).

La comercialización es la acción de poner a la venta un producto, también se puede desarrollar a distancia, ya sea por Internet el comercio electrónico, teléfono o catálogo. En estos casos, lo más frecuente es que el pago de la compra se realice con tarjeta de crédito, ya que resulta más cómodo y rápido que el envío o la entrega de dinero en efectivo.

1.3.2.1 Canales de Comercialización

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final. Los canales

de comercialización pueden ser directos o indirectos (LOZADA, Guerra, 2008, P. 116).

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran.(MANKIW Gregory, 2008, p. 280).

a) Canales directos

Cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios. (LOZADA, Guerra, 2008, P. 118).

El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Para los tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas. CARRILLO , Ider 2009 P. 76)

El canal directo es adecuado para los pequeños comerciantes porque son ellos mismo los que se encargan de hacer llegar su producto al consumidor final, Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios; lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro.

b) Canales indirectos:

Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en

forma directa con el personal de nuestra empresa. (MANKIW Gregory, 2008, p. 286).

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.. CARRILLO , Ider 2009 P. 76

En el canal indirecto intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

1.3.2.2 Recursos Comerciales

Según Carrión M.(LORETO, en el año 2009 manifiesta que la economía se clasifica en dos grandes sistemas considerando los siguiente

- a) Representantes autorizados: empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, nuestros productos, en áreas o ciudades que no son la nuestra.
- b) Distribuidores autorizados: empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan nuestra línea de productos o servicios, en áreas, ciudades o países que no son los nuestros.
- c) Comerciantes mayoristas: se refiere a supermercados, hoteles, mas, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas, etc. Los cuales comercializan en

forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

1.3.2.3. Promoción

La promoción es un Plan Integral de Marketing de corta duración, destinado a lograr objetivos específicamente delimitados por la empresa. MARTÍNEZ, Guerra, 2009, P. 196).

Una la promoción de duración indefinida formará parte de la estrategia general de la empresa y sus resultados serán diferentes porque serán interpretados de manera distinta por los consumidores (RIVERO, P. 2008, P. 28).

Los objetivos de las promociones son delimitados y concretos. Se trata de lograr objetivos de corto plazo relativamente simples de medir y evaluar, tales como un incremento en las ventas o la realización de una actividad específica por parte de los consumidores.

1.3.2.4. Precio

Los precios son señales que contienen toda la información necesaria para garantizar la coherencia de las decisiones de las economías domésticas y de las empresas. El precio además, es un mecanismo de gran importancia que puede afectar la relación conocida con el nombre de la ley de la oferta y la demanda (KATZ Michael, 2007, p. 16).

En un sistema económico de mercado, los precios son los indicadores que guían y dirigen la asignación y tienen un papel fundamental en el equilibrio del mercado y en la ley de la oferta y de la demanda (MANKIW Gregory, 2008, p. 310).

El precio además de ser el valor de un bien o servicio expresado en dinero, es también elemento de asignación, que influye de manera relevante en el equilibrio del mercado, siendo fundamental para el modelo de la oferta y la demanda.

1.3.2.5. Demanda

Una curva o Cuadro de demanda, muestra las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado. Una curva de demanda no sólo refleja lo que la gente quiere, sino también lo que quiere y puede pagar (WONNACOTT Paul, 2005, p. 59).

Los factores que guían la decisión de las economías domésticas de consumir un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido con el nombre de la demanda (KATZ Michael, 2007, p.17).

La demanda está representada por el comportamiento de las necesidades del consumidor en un tiempo determinado, decisión en la cual prima el precio de los bienes o servicios, como un mecanismo que puede hacer variar las condiciones del mercado.

1.3.2.6. Oferta

Mientras la curva de la demanda refleja cómo se comportan los compradores, la curva de la oferta expresa el comportamiento de los vendedores y muestra la cantidad que están dispuestos a vender ante los distintos precios (WONNACOTT Paul, 2005, p. 59).

Los factores que guían la decisión de las empresas de vender en un mercado, las cantidades de un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido con el nombre de la oferta (KATZ Michael, 2007, p. 13).

La oferta está representada por el comportamiento de los productores y/o distribuidores, que en un periodo de tiempo determinado están dispuestos a vender un mismo bien con distintos precios, buscando obtener el mayor margen de utilidad posible.

1.3.2.7. Modelo de la Oferta y Demanda

La curva de oferta y demanda pueden ahora presentarse juntas. El equilibrio de mercado se produce en el punto donde se cortan las curvas de oferta y demanda. Un equilibrio es aquella situación en la cual no hay tendencia al cambio (WONNACOTT Paul, 2005, p. 60).

Dicho en términos generales, si en un sistema de mercado se está produciendo “demasiado” de un determinado bien, el precio de ese bien disminuirá y, si está produciendo “demasiado poco”, tenderá a aumentar”. El precio se mantendrá estable sólo cuando se haya alcanzado un equilibrio entre lo que los productores están dispuestos a producir y lo que los consumidores están dispuestos a comprar (KATZ Michael, 2007, p. 10).

La ley de la oferta y la demanda intenta brindar la proporción en el mercado, donde los consumidores están dispuestos a comprar la misma cantidad de bienes que los productores u oferentes están dispuestos a vender, manteniendo la estabilidad en el precio.

1.3.2.8. Mercado

El mercado es el área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado (MÉNDEZ Silvestre, 2007, p. 123).

Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación, en calidad de productores, intermediarios y consumidores, para realizar transacciones comerciales (SICKLE Van, *et al*, 2005, p. 33).

Mercado es el espacio geográfico donde los clientes, productores realizan actividades comerciales, los primeros busca compensar sus necesidades y los segundos vender sus bienes, a un precio idóneo para beneficio de ambas partes.

1.3.2.8.1. Clasificación del Mercado

Entre las clasificaciones más importantes del mercado se citan los siguientes: dependiendo del área geográfica pueden ser locales, regionales, nacionales y mundial; de acuerdo a lo que ofrecen pueden ser de producción o de servicios; por el tiempo de formación del precio se clasifican como de oferta instantánea, de corto y largo plazo; por la competencia se dividen en perfecta (libre mercado) e imperfecta (oligopolio y monopolio) (MÉNDEZ Silvestre, 2007, p. 124, 125).

Existe una clasificación muy amplia del mercado, entre ellas se citan los mercados mundiales, nacionales, regionales y locales, también por el precio se mencionan el Oligopolio, monopolio y la libre competencia (SICKLE Van, *et al*, 2005, p. 39).

La clasificación del mercado es amplia, pero las más importantes dependen del mercado espacial divididas en locales, regionales, nacionales y mundial; así como

por la orden del precio en ventaja y desventaja de directa competitividad en el mercado.

1.3.2.8.2. Estructura del mercado

Las formas principales de la estructura del mercado son: la competencia perfecta, en la cual el mercado consiste en un número muy diversificado de empresas ofertando un producto homogéneo. Competencia monopolística, también llamada mercado competitivo, donde hay una gran cantidad de empresas que tiene una proporción muy pequeña de la cuota de mercado. Oligopolio, en el cual un mercado es dominado por un número pequeño de las empresas que poseen la mayor parte de la cuota de mercado. Oligopsonio, un mercado dominado por muchos vendedores y algunos compradores. Monopolio, donde hay solamente un abastecedor de un producto o de un servicio. Monopsonio, cuando hay solamente un comprador en un mercado (UGARTE José, *et al*, 2005, p.105)

Hay dos clases de estructuras de mercados teóricas que se discuten generalmente: La estructura del mercado perfectamente competitivo o que representa un estado ideal del mercado en el cual la competencia entre compradores y vendedores es balanceada perfectamente. La segunda estructura es imperfecta competitiva. Esta estructura de mercado es idéntica a las condiciones reales del mercado en donde existen competidores, monopolios, oligopolios, duopolios, etc. que controlan las condiciones del mercado (SICKLE Van, *et al*, 2005, p. 41).

La estructura del mercado está dada por la formación de varias empresas que ofertan productos iguales; varias empresas considerándose pequeños porcentajes de ofrecimiento en el mercado; pocas empresas que poseen mayor aceptación en el mercado; numerosos vendedores y unos pocos consumidores; un solo proveedor de un determinado producto y un comprador en un determinado mercado.

1.3.3. Rentabilidad

La rentabilidad es el resultado del proceso productivo. Si este resultado es positivo, la empresa gana dinero (utilidad) y ha cumplido su objetivo. Si este resultado es negativo, el producto en cuestión está dando pérdida por lo que es necesario revisar las estrategias y en caso de que no se pueda implementar ningún correctivo, el producto debe ser discontinuado (MORA Roberto, 2008. p. 79).

El concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado. Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista (SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 69).

La rentabilidad es un indicador financiero que mide la capacidad de la empresa para obtener ganancias, como una de los objetivos de la empresa con fines de lucro, además se encuentra vinculado con el tiempo de recuperación de la inversión.

1.3.3.1. Ratios Financieros

Los ratios financieros, también conocidos indicadores o índices financieros, son razones que nos permiten analizar los aspectos favorables y desfavorables de la situación económica y financiera de una empresa. (Medina, 2008, P. 58).

Los ratios financieros miden el volumen y naturaleza de las actividades su gestion debe permitir desarrollo, eficientemente, los procesos de producción y comercialización necesarios para entregar un producto o prestar un servicio, evitando disponer de activos infrautilizados. (SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 86).

El estudio de los ratios financieros es principalmente para saber la situación actual de la empresa puesto que sólo veremos la definición de los principales ratios, de modo que nos sirva de guía o referencia para un posterior estudio.

1.3.3.2. Ratios de liquidez

Son los ratios que miden la disponibilidad o solvencia de dinero en efectivo, o la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo (MORA Roberto, 2008. p. 79).

Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. (Medina, 2008, P. 58).

Los ratios de liquidez estos miden la situación actual y solvencia de la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo el mismo que mientras más altos sea este índice mayor será la capacidad de cubrir sus deudas a corto plazo.

a) Ratio de razón corriente

Este ratio muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo cuya conversión en dinero corresponden aproximadamente al vencimiento de las deudas.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

b) Ratio de Prueba ácida

Este ratio muestra una medida de liquidez más precisa que la anterior, ya que excluye a las existencias (mercaderías o inventarios) debido a que son activos

destinados a la venta y no al pago de deudas, y, por lo tanto, menos líquidos; además de ser sujetas a pérdidas en caso de quiebra.

Su fórmula es:
$$\frac{(\text{Act. Corriente} - \text{inventario})}{\text{Pasivo Corriente}}$$

c) Ratio de rotación de cobro

Éste índice es útil porque permite evaluar la política de créditos y cobranzas empleadas, además refleja la velocidad en la recuperación de los créditos concedidos.

Su fórmula es:
$$\frac{\text{Ventas al crédito}}{\text{Cuentas por cobrar comerciales}}$$

d) Ratio de periodo de cobro

Indica el número de días en que se recuperan las cuentas por cobrar a sus clientes.

Su fórmula es:
$$\frac{\text{Cuentas por cobrar comerciales}}{\text{Ventas al crédito}} \times 100$$

1.3.3.3. Ratios de endeudamiento

Son aquellos ratios o índices que miden la relación entre el capital ajeno (fondos o recursos aportados por los acreedores) y el capital propio (recursos aportados por los socios o accionistas, y lo que ha generado la propia empresa), así como también el grado de endeudamiento de los activos. Miden el respaldo patrimonial.(MORA Roberto, 2008. p. 83).

Miden también el riesgo que corre quién ofrece financiación adicional a una empresa y determinan igualmente, quién ha aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño(s) o los acreedores ya sea a corto o mediano plazo. (SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 105).

El endeudamiento mide la relación entre el capital ajeno y el propio así como el grado de endeudamiento. El empresario debe tener claro que el endeudamiento es un problema de flujo de efectivo y que el riesgo de endeudarse consiste en la habilidad que tenga o no la administración de la empresa para generar los fondos necesarios y suficientes para pagar las deudas

a) Ratio de de patrimonio a pasivo

Mide la relación permite deducir por cada dólar de endeudamiento cuanto se tiene en patrimonio para hacer frente al mismo

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pas. Corriente}} \times 100$$

b) Ratio de endeudamiento a largo plazo

Mide la relación entre los fondos a largo plazo proporcionados por los acreedores, y los recursos aportados por la propia empresa.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pas a largo plazo}}$$

c) Ratio de endeudamiento patrimonio activo

Mide la relación entre los fondos totales a corto y largo plazo aportados por los acreedores, y los aportados por la propia empresa.

$$\text{Su fórmula es: } \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} \times 100$$

d) Ratio de endeudamiento de activo

Mide cuánto del activo total se ha financiado con recursos o capital ajeno, tanto a corto como largo plazo

$$\text{Su fórmula es: } \frac{\text{Pas. Corr.} + \text{Pas. no Corr.}}{\text{Activo total)}$$

e) Dependencia Bancaria

Mide el nivel de endeudamiento bancario que posee la empresa

$$\text{Su fórmula es: } \frac{\text{Adeudo bancario.}}{\text{Activo}}$$

f) Razón Cobertura e interés

Mide de cuanto fue su cobertura sobre el pasivo

$$\text{Su fórmula es: } \frac{\text{Utilidad de operacion.}}{\text{Gastos financieros – pago principal}}$$

1.3.3.4. Ratios de productividad

Muestran la rentabilidad de la empresa en relación con las ventas, el patrimonio y la inversión, indicando además la eficiencia operativa de la gestión empresarial. (SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 114).

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo (MORA Roberto, 2008. p. 79).

Los indicadores de rentabilidad es la relación que tiene la empresa en cuanto a las ventas, el patrimonio e inversiones a demás de la eficiencia de la gestión operativa de la empresa.

a) Margen de Utilidad

Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa, ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades sobre las ventas n el uso del total activo.

Su fórmula es:	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$
----------------	---

b) Margen de Utilidad Bruta

Llamado también margen bruto sobre ventas, muestra el margen o beneficio de la empresa respecto a sus ventas.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

c) Ratio de rentabilidad neta sobre ventas

El resultado que nos brinda la realización de este ratio financiero nos muestra que los ingresos que adquiere la distribuidora después de pagarlos gastos administrativos y de venta

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

d) Ratio de rentabilidad por acción

Llamado también utilidad por acción, permite determinar la utilidad neta que le corresponde a cada acción. Este ratio es el más importante para los inversionistas, pues le permite comparar con acciones de otras empresas.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{número de Acciones}} \times 100$$

Evalúan la eficiencia de la empresa en sus cobros, pagos, inventarios y activo.

A su vez, los ratios de gestión se dividen en:

e) Ratio de rotación por pagar

Mide el plazo que la empresa cuenta para cancelar bonificaciones.

Su fórmula es:	$\frac{\text{Compras al crédito}}{\text{Cuentas por pagar comerciales}}$
----------------	--

e) Ratio de rotación de inventarios

Indica la rapidez en que los inventarios se convierten en cuentas por cobrar mediante las ventas al determinar el número de veces que rota el stock en el almacén durante un ejercicio.

Su fórmula es:	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventarios (existencias)}}$
----------------	---

1.3.3.5 Ratios Rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa, evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.(SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 120).

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con el patrimonio, y la inversión. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operación. (MORA Roberto, 2008. p. 83).

Los ratios de rentabilidad son una acción que se aplica a toda acción económica con el fin de obtener un resultado en relación con las ventas, el patrimonio y la inversión, indicando además la eficiencia operativa de la gestión empresarial, Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa, ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total activo.

1. Rendimiento sobre el Patrimonio

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}}$$

3. Rendimiento sobre la Inversión

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

1.3.3.6. El Valor Actual Neto. (V.A.N.)

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. (Moncayo 2009 P 46).

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento

utilizada. La única dificultad para hallar el VAN consiste en fijar el valor para la tasa de interés, existiendo diferentes alternativas.(AYALA Jorge, 2009, p. 185).

La principal ventaja de este método es que al homogeneizar los flujos netos de Caja a un mismo momento de tiempo, reduce a una unidad de medida común cantidades de dinero generadas en momentos de tiempo diferentes. Además, admite introducir en los cálculos flujos de signo positivos y negativos (entradas y salidas) en los diferentes momentos del horizonte temporal de la inversión, sin que por ello se distorsione el significado del resultado final, como puede suceder con la T.I.R dado que el V.A.N. depende muy directamente de la tasa de actualización, el punto débil de este método es la tasa utilizada para descontar el dinero (siempre discutible). Sin embargo, a efectos de la tasa de interés elegida hará su función indistintamente.

El V.A.N. también puede expresarse como un índice de rentabilidad, llamado Valor neto actual relativo, expresado bajo la siguiente fórmula:

V.A.N. de la inversión/Inversión o bien en forma de tasa (%):

$$\text{V.A.N. de la inversión} \times 100 / \text{Inversión}$$

La Fórmula del VAN es

$$\text{Valor Actual Neto} = \text{Beneficio Neto Actualizado} - \text{Inversión}$$

1.3.3.7. Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.)

TIR puede definirse así: es la tasa de interés que pudiera pagarse por el capital empleado en el transcurso de la vida de una inversión sin perder en el proyecto(AYALA Jorge, 2009, p. 195).

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la T.I.R. (haciéndose generalmente por iteración), aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar este problema de forma fácil.

Pero la más importante crítica del método (y principal defecto) es la inconsistencia matemática de la T.I.R. cuando en un proyecto de inversión hay que efectuar otros desembolsos, además de la inversión inicial, durante la vida útil del mismo, ya sea debido a pérdidas del proyecto, o a nuevas inversiones adicionales.(Bernal 2008, Pag 56)

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada el TIR mide la viabilidad del proyecto a invertir.

La Fórmula del TIR es:

$$TIR = BNA - INVERSIÓN$$

1.3.4. Gestión microempresarial

Gestión microempresarial es todo lo que debe hacer como microempresario para iniciar ampliar, aumentar la producción, relacionarse con los clientes, vender más los productos terminados, adquirir y usar bien los microcréditos, y todo cuanto haga para generar mayores ingresos, manejar y controlar su negocio. En otras palabras, gestión microempresarial es la forma como planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las acciones que llevarán a obtener mayores utilidades monetarias (Aferreira, Angel, 2010 p 18).

La Microempresa y el microempresario o empresario del programa de gestión emprendedora- puede auto ayudarse a través de procesos de preparación y emprendimiento de iniciativas, gestando, de esta forma, su propia carrera y autoempleo en espacios generados por la pequeña empresa. Para solventar tales iniciativas, en la mayoría de los países alrededor del mundo, existe la destinación de un presupuesto gubernamental, que asiste y apoya estos proyectos mediante programas que incorporan la formación, el diseño de proyectos, las instrucciones de ejecución y evaluación de los mismos, el fondo adquisitivo, operativo y la consecuente subvención que posibilite el financiamiento de los mismos. Este programa incorpora la formación y las instrucciones en la evaluación de los conceptos fundamentales de la Pequeña Empresa, así como las oportunidades, el desarrollo de las habilidades y el conocimiento de los recursos necesarios para iniciar una Microempresa (SIMONS, Robert, 2010p 36).

La gestión microempresarial es la actividad de la empresa debidamente planificadas y organizadas que realiza el sujeto microempresario para aumentar la producción mediante la utilización apropiada de créditos financieros públicos o privados, para de esta forma fabricar productos de calidad, satisfaciendo las necesidades del consumidor y obteniendo ventas representativas en el mercado.

1.3.4.1. Clasificación de la gestión empresarial según sus diferentes técnicas

Gestión empresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican a la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor. El objetivo fundamental de la gestión del empresario es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

- a) Análisis Estratégico: Gestión Organizacional o Proceso Administrativo
- b) Gestión de la Tecnología de Información
- c) Gestión Financiera
- d) Gestión de Recursos Humanos
- e) :Gestión de Operaciones y Logística de abastecimiento y distribución
- f) Gestión Ambiental

1.3.4.2. Funciones básicas de la gestión:

Existen cuatro funciones básicas

- a) Planeación
- b) Organización
- c) Dirección
- d) Control

Por tanto, la capacitación en cuestión empresarial agrícola deberá fortalecer en todo momento los conceptos referidos a las cuatro funciones básicas.

1.3.4.3. Niveles y tiempo:

a) Planeación

Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados (AYALA Jorge, 2009, p. 19).

La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización (VILLACIS José, 2007, p. 15).

La planificación es una función de la Administración de Empresas, que es la encargada de formular las actividades necesarias para alcanzar los objetivos deseados, determinado tiempo y costos para su posterior ejecución.

b) Organización

La organización administrativa es el trabajo mediante el cual un director ordena y coordina las tareas a realizar, de modo que se cumplan con la máxima eficacia. (VELÁSQUEZ Gustavo, 2008, p. 17).

Organizar consiste en efectuar una serie de actividades humanas, y después coordinarlas de tal forma que el conjunto de las mismas actúe como una sola, para lograr un propósito común (AYALA Jorge, 2009, p. 19).

La organización es el elemento administrativo, mediante la cual la alta dirección de la empresa, coordina la estructura y las funciones de todos los miembros de la misma, para alcanzar los objetivos y metas esperados.

c) Dirección

La ejecución o dirección es trascendental porque:

- Pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.
- A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
- La dirección eficiente es determinante en la moral de los empleados y, consecuentemente, en la productividad.

Su calidad se refleja en el logro de los objetivos, la implementación de métodos de organización, y en la eficacia de los sistemas de control.(MORA Roberto, 2008. P 173).

Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal trascendencia, que algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa (VILLACIS José, 2007, p. 19).

La dirección es la función de la administración, que pone en práctica las actividades establecidas en la planificación y organización, que tiene como fin liderar la ejecución de las acciones empresariales, con la pretensión de alcanzar la mayor eficacia.

e) Control

Control Administrativo. Es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada, mediante un sistema de Control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización (VELÁSQUEZ Gustavo, 2008, p. 18).

El concepto de control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico (AYALA Jorge, 2009, p. 23).

El control se refiere a la comparación de lo ejecutado con lo planificado, es decir, la evaluación del desempeño de la organización, que puede ser realizado incluso, mediante auditorías internas o externas.

1.3.5. Centro Mayoristas de Arroz

1.3.5.1. Antecedentes de la Distribución de Arroz

En idioma sánscrito el arroz se conoce como “el que sustenta a la humanidad”, y aún y aun hoy es un alimento de primera necesidad básico para la dieta de muchos seres humanos. Aporta a más de la mitad de los habitantes del planeta una parte esencial de ingesta diaria de calorías, llegando hasta el 80% en Asia. Este cultivo ocupa el 11% de la superficie mundial cultivable y el 88% de los campos se encuentran en Asia, produciendo más de 90% del total mundial. África, América y algunos países del sur y sudeste de Europa se reparten casi el 10% restante.(MARTÍNEZ, Guerra, 2009, P. 196).

La versatilidad del arroz en cereales de desayuno, sopas, cenas, dulces y alimento de bebés no es superado. En la cosecha del grano de arroz, conocido como arrozal, está incluida la cáscara. La molienda de arroz usualmente remueve las cáscaras del arrozal. El arroz que es procesado para remover las cáscaras es llamado arroz marrón. El arroz que es procesado para remover el salvado es llamado arroz blanco. El arroz blanco es el simple, viejo y más difundido producto listo para cocinar vendido en todas partes. El arroz marrón es el más sabroso y nutritivo que el arroz blanco, pero es difícil para almacenar y toma más tiempo para cocinarse. (ROBINSS, Matew , 2010 P245)

El cultivo del arroz depende mucho de la estación climática, suelo, niveles de explotación del suelo, grado de tecnificación, este producto contiene aproximadamente 90% de almidón, 5-8% de proteínas, y pequeña cantidad de grasas. El arroz es un buen suministro de tiamina, niacina, riboflavina y minerales tales como hierro y calcio. El subproducto de la molienda de arroz incluido el salvado y el arroz refinado, son usados como alimento de ganado. El aceite procesado del salvado es usado como alimento y para uso industrial. Las cáscaras son usadas como combustible, materiales de empaque, molienda industrial, y como acondicionadores para comercializar fertilizantes.

1.3.5.2. Importancia

El arroz es el cultivo más extenso del Ecuador, ocupa más de la tercera parte de la superficie de productos transitorios del país. Según el Censo Nacional Agropecuario del 2002, el arroz se sembró anualmente en alrededor de 340 mil hectáreas cultivadas por 75 mil unidades de producción agropecuarias, las cuales el 80% son productores de hasta 20 hectáreas. En términos sociales y productivos el cultivo del arroz es la producción más importante del país, pero el cultivo de arroz también es importante en el tema nutricional ya que esta gramínea es la que mayor aporte de calorías brinda de todos los cereales (FAO, WEB, 2008).

Los sistemas de manejo de la producción arroceras dependen de la estación climática, zona de cultivo, disponibilidad de infraestructura de riego, ciclo vegetativo, tipo y clase de suelo niveles de explotación y grados de tecnificación. De forma correspondiente a la superficie sembrada, la producción de arroz también ha tenido una baja desde 2007 cuando se produjo aproximadamente 1.73 millones de toneladas métricas de arroz este año se alcanzará las 1.37 millones de TM (INEC-2007, MAGAP-SIGAGRO-2010).

De acuerdo a los datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca del Ecuador y el Sistema de Información Geográfica y Agropecuaria, para el año 2009 de superficie disponibles señalan aproximadamente 371 mil hectáreas sembradas de arroz en el territorio nacional. La tendencia es más bien decreciente en cuanto a esta variable, se detecta claros picos de siembra en el 2004 y 2007 con casi 433 y 410 mil hectáreas respectivamente (INEC).

En el período 2005 a 2009 se registran decrecimientos promedio anuales de 2.8% en superficie sembrada y de 4.2% en producción. Si el análisis se realiza para el último trienio, la superficie casi no varía mientras que la cantidad producida de arroz decrece anualmente en 2% en promedio (INEC-2005-2010, MAGAP-SIGAGRO-2010).

1.3.5.3. Descripción del Proceso.

El arrozal seco, que llega al molino, es cargado y llevado dentro de un limpiador y separador a través de un balde elevador para obtener el material externo, tales como paja, impurezas y otros desechos. Una fuerza de aire hace volar los desechos de peso ligero y un mecanismo semejante a una manga es utilizado para separar las partículas más pesadas. Esta máquina realiza una separación constante independientemente del tamaño y condiciones de los granos. (INEC-2005-2010, MAGAP-SIGAGRO-2010).

En la sección de aspirado, el arroz descascarado es separado de las cáscaras, los granos inmaduros y el arroz marrón. Las cáscaras son sopladas fuera de la máquina por un ventilador y los granos inmaduros son descargados fuera de la máquina a través de un conducto. El arroz marrón que permanece fluiría hacia el compartimento pulidor para el blanqueamiento.(MAGAP 2008-2011)

La molienda, el arroz blanqueado es separado de acuerdo al tamaño por la máquina clasificadora de alta velocidad. Después es pesado con una balanza de alta precisión, y el arroz es sellado en bolsas de nylon tejido de 50 Kgs o en bolsas de polietileno de 3Kgs, 5Kgs y 10Kgs por una máquina embolsadora y selladora automática.

1.3.5.4. Tipos de arroz que se comercializan en el Cantón

Arroz de grano blanco grano largo (flor) posee un fuerte color blanco y su largo representa cuatro veces su ancho. Su presencia de almidón bordea el 20%, por lo que no necesita mucho tiempo de cocción. Luego de ser cocinado presenta atractivas características, ya que su grano se vuelve elástico, firme y suelto a la vez.

El arroz japonés o (lira) es de amplio cultivo en el Ecuador en la zona de distribución es muy comercializado por su precio y su capacidad aglutinante se clarifica en dos calidades el corriente y semi largo.

Sin embargo el arroz integral de abre paso discretamente en el mercado de la distribución que su alto contenido proteínico ha conseguido que en los últimos años se eleve su nivel de ventas a pesar de su alto precio

CAPITULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

2.1. Breve Caracterización del Objeto de Estudio

La investigación trató sobre la realización de un análisis de Comercialización y Rentabilidad en los Centros Mayoristas de Arroz y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Año 2011.

La Maná, cantón ubicado estratégicamente en la zona alta de la Cuenca del Guayas, parte de la provincia de Cotopaxi origen de la palabra La Maná, tiene sus misterios y encantos, ha sido muy discutida, pues La Maná tiene sus significados aceptables La Cantonización se produjo el 19 de mayo de 1986. Tiene una superficie total de 66.258 hectáreas, el sexto cantón de la provincia de Cotopaxi.

Es importante destacar que la distribución del arroz en el cantón posee un alto nivel de competitividad por el hecho de no requerir mayor inversión tanto en la adquisición del producto como en la selección del personal, por tal razón encontramos en el cantón distribuidoras de arroz que se caracterizan por su tamaño pequeñas, medianas y a gran escala.

2.1.1. Caracterización del objeto de estudio

El arroz es el cultivo más extenso del Ecuador, ocupa más de la tercera parte de la superficie de productos transitorios del Cantón La Maná con un consumo per cápita anual de \$112,09 aproximado en el 2011 el mismo que representó un ingreso importante para la economía local. en el Cantón son muchas los negocios de distribución de arroz al por mayor eso debido a los márgenes de utilidad que el mismo genera sin embargo el desconocimiento de sistemas contables o la aplicación positiva de los mismos procesos, no permite establecer con calidad los índices de comercialización y rentabilidad

En base a las encuestas se verificó la importancia y los beneficios de realizar un análisis de comercialización y rentabilidad que permitirá determinarlos costos variables existentes en la producción lo que marca significativamente los costos en los centros mayoristas de arroz

Es indispensable determinar un análisis de Comercialización y Rentabilidad en los Centros Mayoristas de Arroz y su relación con la Economía del Cantón La Maná, debido a que este tipo de investigaciones no se ha realizado a nivel cantonal y servirá para futuras investigaciones que estén interesadas en esta industria.

Para el desarrollo de la presente investigación se tomaron como base tres Centro mayoristas de arroz cuyo desempeño reconocido y han marcado pautas importantes en proceso de distribución del arroz en el Cantón, estas microempresas fueron

- Distribuidora de arroz central
- Distribuidora de arroz noble
- Distribuidora de arroz Katherine

2.1.2. Preguntas Científicas

- **¿Cuáles son los fundamentos teóricos necesarios de la Comercialización y Rentabilidad de los centros mayoristas de arroz del Cantón La Maná?**

Los fundamentos teóricos son los siguientes los canales directos, indirectos Así como la promoción tamaño y localización dentro de lo que respecta a la rentabilidad tenemos la oferta la demanda el análisis de los ratios financieros el valor actual neto y la tasa interna de retorno, todos estos aspectos son necesarios para determinar los aspectos de comercialización y rentabilidad en los centros mayoristas de arroz en el Cantón La Maná

- **¿Cuáles son las principales causas que han permitido que no se efectuó un análisis de la Comercialización y Rentabilidad de los centros mayoristas de arroz del Cantón La Maná?**

La causa principal es el desconocimiento que tienen los propietarios de las distribuidoras de lo que es una comercialización y rentabilidad de arroz, quienes no manejan ninguna información sobre este procesos, así como los canales adecuados de comercialización del producto

- **¿Qué características debe tenerla Comercialización y Rentabilidad de los centros mayoristas de arroz del Cantón La Maná?**

La característica fundamental que debe tener la comercialización y rentabilidad es que debe ser flexible y apropiada que se adapte a los requerimientos de los distribuidores lo que permita generar mayores ganancias con el uso de las herramientas contables necesarias asegurando estabilidad en el mercado en que se desenvuelven.

Operacionalización de las Variables

CUADRO 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensiones	Sub Dimensiones	Indicadores	Técnica
Gestión Micro empresarial	Comercialización	Oferta	Modelo de Oferta y demanda	Encuesta
		Demanda	Promoción	
		Mercado	Precio	
		Canales de Comercialización	Directos e Indirectos	
	Rentabilidad	Índices de Rentabilidad Económicos	Ratios Financieros	Encuesta
		Índices de Rentabilidad Financieros.	Ratios Financieros	
		TIR		
		VAN		
		Costo Beneficio	Margen de Utilidad	
Economía	Macroeconomía	Indicadores Macro	P.I.B.	Encuesta
	Microeconomía	Indicadores Micro	Ingreso Per cápita	Encuesta
	Economía Local	Indicadores Local	Empleo/Subempleo	
			Salario Mínimo Vital	Encuesta

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

2.2. Metodología Empleada

2.2.1. La investigación utiliza los siguientes tipos de investigación

2.2.1.1. Investigación Exploratoria

Brindó las pautas para conocer los antecedentes nacionales o internacionales las características necesarias y suficientes para determinar Comercialización y Rentabilidad.

2.2.1.2. Investigación Descriptiva

Permitió evaluar variables importantes relacionadas con el mercado, comercialización y rentabilidad que se argumentan en la recolección de datos.

Adicionalmente, la investigación realizada utilizó estudios correlacionales, por cuanto se ha establecido las siguientes relaciones de variables:

- Costos de Comercialización – Rentabilidad,
- Cantidad de mercadería - Volumen de ventas.

2.2.2. Métodos De Investigación

2.2.2.1. Método deductivo

Es un proceso que parte de un conocimiento general y arriba un particular la aplicación de este método lleva un conocimiento con grado de certeza absoluta este método se utilizo para conocer la situación real del proceso administrativo de

la distribuidora de tal manera que permitió dar conclusiones y recomendaciones en beneficio de la misma.

2.2.2.2. Método inductivo

Es parte de la observación de la realidad para mediante su generalización llegar a la formulación de la ley o regla científica, este método se utilizó para determinar las preguntas científicas y a través de esto se pudo analizar los resultados obtenidos ya que partirá de la situación concreta esperando encontrar información para analizarla en un marco teórico general y de esta manera obtener conclusiones del problemas de investigación.

2.2.2.3. Método analítico

Se encargó de explicar un fenómeno iniciando su estudio por las partes más específicas que lo identifican (los efectos) y en base a esto llegar a una explicación total del problema, y para explicar el problema de investigación interrelacionando los efectos presentados en el análisis y construir explicaciones al problema se utilizó el Método Sintético.

Durante el desarrollo de la investigación se utilizó técnicas como la observación directa, que permitieron obtener un conocimiento acerca del comportamiento del objeto de investigación, tal como este se da en la realidad, facilitando al investigador contar con información directa e inmediata sobre el fenómeno u objeto que se está investigando; la encuesta, ayudó la recopilación de datos de la población frente a una problemática determinada, posibilitando al informante tener mayor libertad para expresar sus opiniones sobre un tema en particular, y la entrevista, que facilitó la obtención de información confiable por ser una técnica que relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, lo que permite descubrir la esencia del problema.

2.3. Población y Muestra.

2.3.1. Población o universo de la investigación

La población a la cual se aplicó la entrevista y encuestas corresponde a los distribuidores de arroz en el Cantón La Maná.

CUADRO 2:

DATOS POBLACIONALES

Estrato	Población
Distribuidores	3
Población del Cantón La Maná	31849
Total	31.852

Fuente: Distribuidoras de arroz

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

2.3.2. Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N - 1) + 1}$$

Dónde:

N = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error máxima admisible al cuadrado (0,05)

2.3.3. Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{31.852}{(0,05)^2 (31.852-1) + 1}$$

$$n = \frac{243150}{(0,05)^2 (243150 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{31.852}{(0,0025) (31.852) + 1}$$

$$n = \frac{31.852}{79.63 + 1}$$

$$n = \frac{31.852}{80.64}$$

$$n = 395$$

Por lo expuesto, la investigación se fundamentará con los resultados de 395 encuestas.

2.4. *Métodos y técnicas a ser empleadas.*

La investigación aplicó el método de la inducción por cuanto los resultados de la encuesta aplicados a la muestra se generalizaron para todos los centros mayoristas de arroz y el resto del Cantón La Maná.

Se utilizó el método deducción en base a los siguientes razonamientos:

- La Rentabilidad permite conocer la ganancia del inversionista por tanto luego de generar los resultados de la investigación se obtendrá de manera específica la ganancia o pérdida de los centros mayoristas de arroz.
- Los negocios de inversión requieren de canales de distribución, promoción, publicidad para impulsar ventas por tanto se espera recomendar a los distribuidores de arroz que consideren estos parámetros para el cumplimiento de objetivos comerciales que han planteado.

Es importante destacar que la investigación trabajó con el método de análisis, para identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

- Se consideró que los elementos estudiados son Comercialización, Rentabilidad de los centros mayoristas de arroz, en vista que generan estadísticas relevantes acerca del tipo de negocio en estudio.

Finalmente mediante la síntesis, se estudio los elementos establecidos relacionados con los distribuidores de arroz, con el fin de verificar que cada uno de ellos, reúna los requerimientos necesarios para llegar a cumplir con los objetivos totalizadores que se persigue.

El levantamiento de datos se realizó mediante encuestas aplicables a los Inversionistas de los centros mayoristas de arroz, consumidores del Cantón, según aspectos relevantes, operacionalización de variables y tamaño de muestra.

Para interpretar los resultados en el análisis financiero se tomó en cuenta las condiciones de viabilidad establecidas para el VAN y el TIR y la relación costo beneficio.

2.5. Análisis e Interpretación de Resultados

2.5.1. Encuesta realizada a los distribuidores mayoristas de arroz.

Pregunta 1

¿El negocio se encuentra legalmente constituido?

TABLA N° 1
CONSTITUCIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	3	100%
NO	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

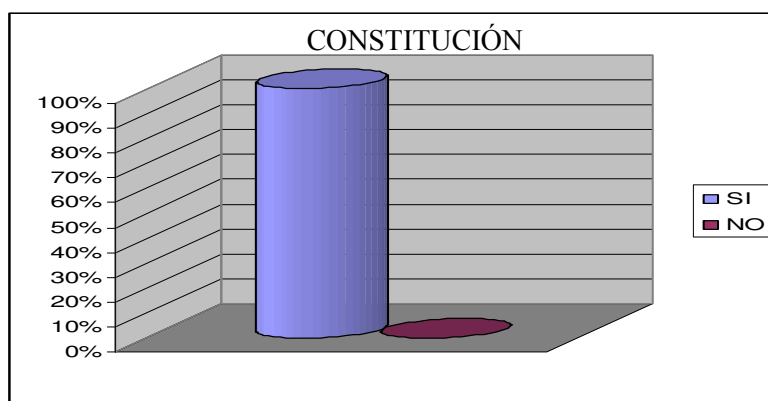


Gráfico N° 1

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los distribuidores manifiesta que sus respectivos negocios se encuentra legalmente, lo cual viabilizarán al presente proyecto investigativo a palpar esa realidad a través de la aplicación del Análisis de la Comercialización y Rentabilidad de los Centros Mayoristas de Arroz.

Pregunta 2

¿Conoce Ud. lo que es un análisis de comercialización y rentabilidad?

TABLA N° 2
CONOCIMIENTO COMERCIAL

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	1	33%
NO	2	67%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

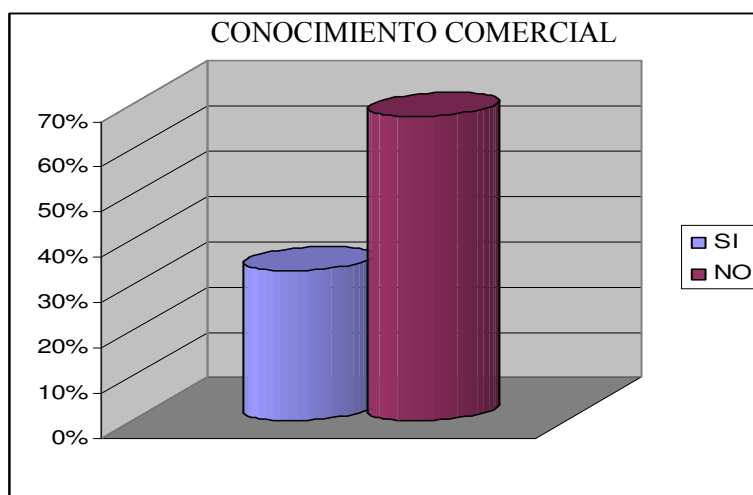


Gráfico N° 2

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores, se puede manifestar que el 33% conoce lo que es un análisis de Comercialización y Rentabilidad mientras que el 67% restante no tiene conocimiento alguno acerca del lo que dificulta el proceso de investigación.

Pregunta 3

¿Está usted de acuerdo en que se realice una Comercialización y Rentabilidad de arroz?

TABLA N° 3
COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	3	100%
NO	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

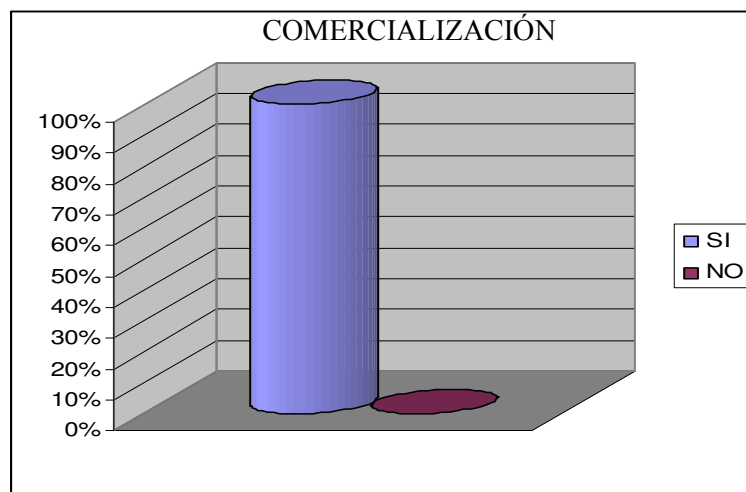


Gráfico N° 3

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores, se puede manifestar que en su totalidad todos los encuestados están de acuerdo con que se realice una Comercialización y Rentabilidad del Arroz.

Pregunta 4

¿Qué cargo ocupa en la Distribuidora de Arroz?

TABLA N° 4
CARGO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Propietario	2	67%
Administrador	1	33%
Empleado	0	0%
Otro	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

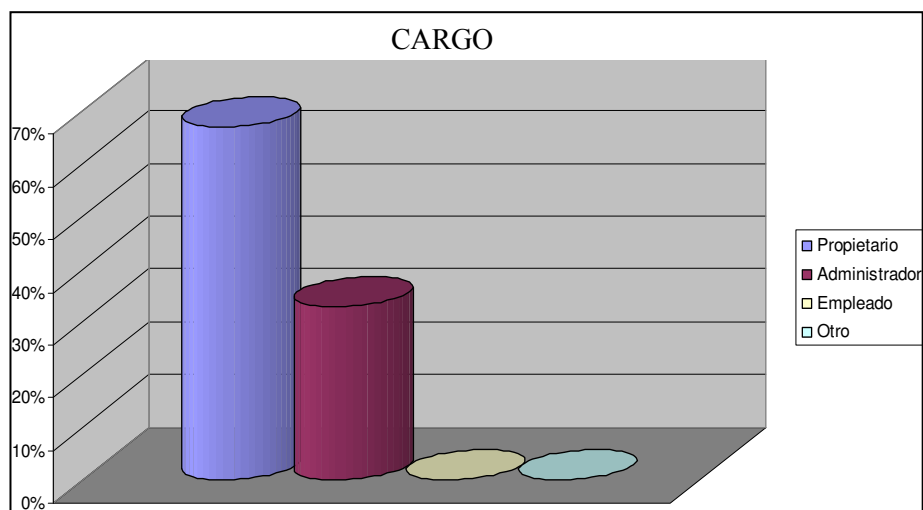


Gráfico N° 4

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores, se puede determinar que el 67% de los encuestados son propietarios de su establecimiento mientras que el 33% son Administradores.

Pregunta 5

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la distribuidora?

TABLA N° 5
FUNCIONAMIENTO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 - 5 años	1	33%
6 - 10 años	1	33%
11 - 15 años	1	33%
Mayor de 16 años	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

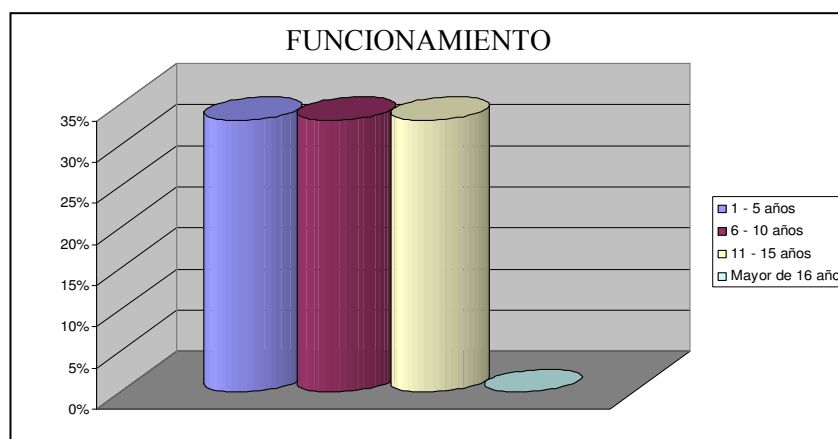


Gráfico N° 5

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores, podemos destacar el 33% de los distribuidores son empresas jóvenes el 33% son empresas estables con 10 años de servicio en el mercado y el 33% de las empresas son empresas sólidas que se han ganado un lugar en la estructura del mercado.

Pregunta 6

¿Cuántos empleados tiene el negocio?

TABLA N° 6
EMPLEADOS

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 - 2 personas	3	100%
3-4 personas	0	0%
Mas de 5	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

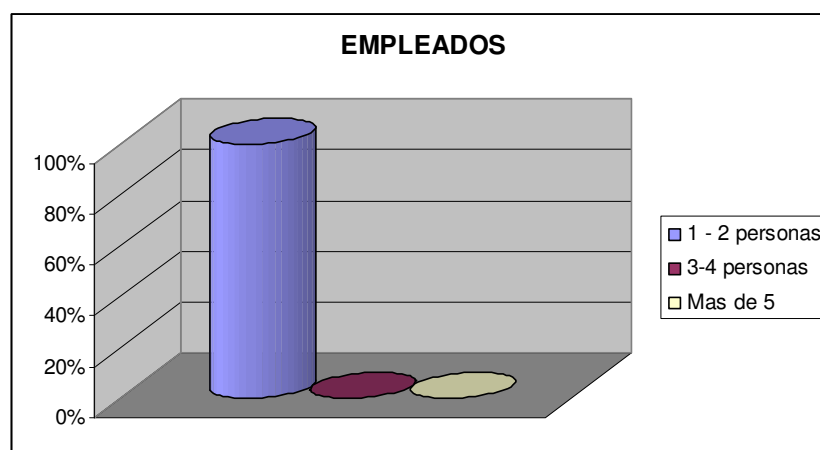


Gráfico N° 6

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta pregunta podemos manifestar que el 100% de los distribuidores encuestados labora con un promedio de 2 personas.

Pregunta 7

¿Su Distribuidora posee convenios con clientes fijos para la venta al por mayor?

TABLA N° 7
CONVENIOS

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	2	67%
NO	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

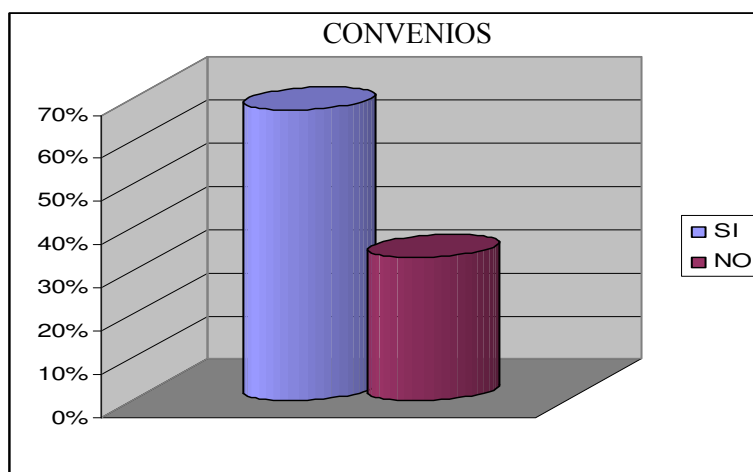


Gráfico N° 7

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores, se puede manifestar que el 67% posee convenios de ventas con empresas al por mayor, mientras el otro 33% no posee ningún convenio.

Pregunta 8

¿Indique las Estrategias que utiliza para comercializar el producto?

TABLA N° 8
ESTRATEGIAS

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Publicidad	1	33%
Promoción	1	33%
Precio	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

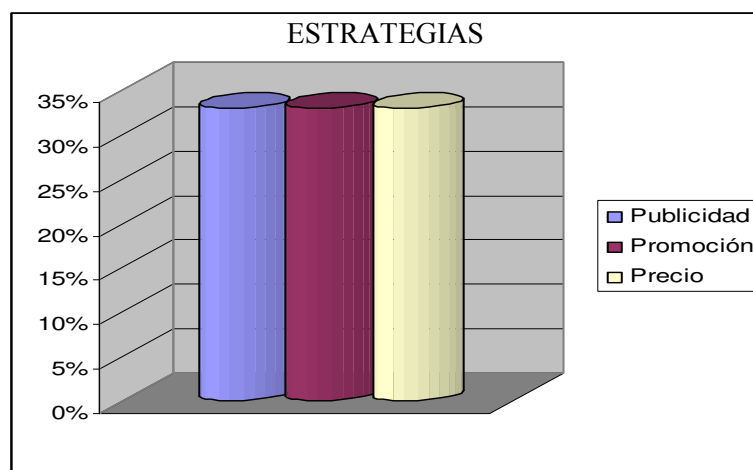


GRÁFICO N° 8

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores de arroz, podemos determinar que entre las estrategias que utilizan para comercializar el producto el 33% utiliza la publicidad, otro 33% la promoción y el 33% utiliza el precio como alternativa de comercialización del arroz.

Pregunta 9

¿Aproximadamente cuantos quintales de arroz vende mensualmente?

TABLA N° 9

VENTA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 a 100 Quintales	0	0%
101 a 200 Quintales	1	33%
201 a 400 Quintales	2	67%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

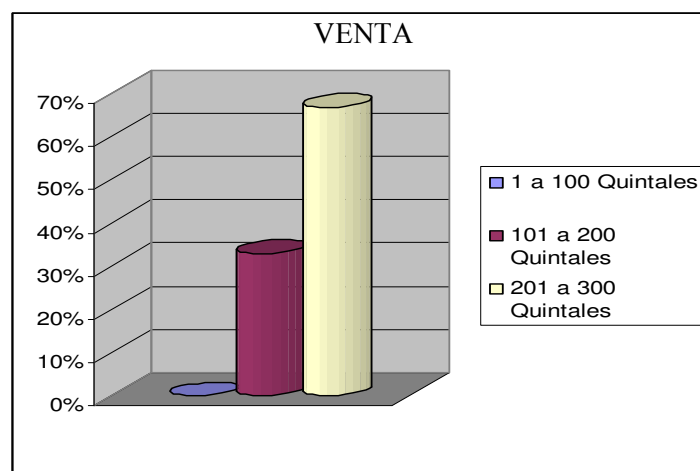


Gráfico N° 9

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas realizadas a los distribuidores el 33% manifiesta vender de 101 a 200 quintales de arroz mientras que el 67% de los encuestados manifiesta vender más de 201 quintales de arroz.

Pregunta 10

¿Indique el porcentaje de utilidad mensual que percibe por su negocio?

TABLA N° 10
UTILIDAD

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
15% Utilidad	1	33%
25% Utilidad	1	33%
40% Utilidad	1	33%
50% Utilidad	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

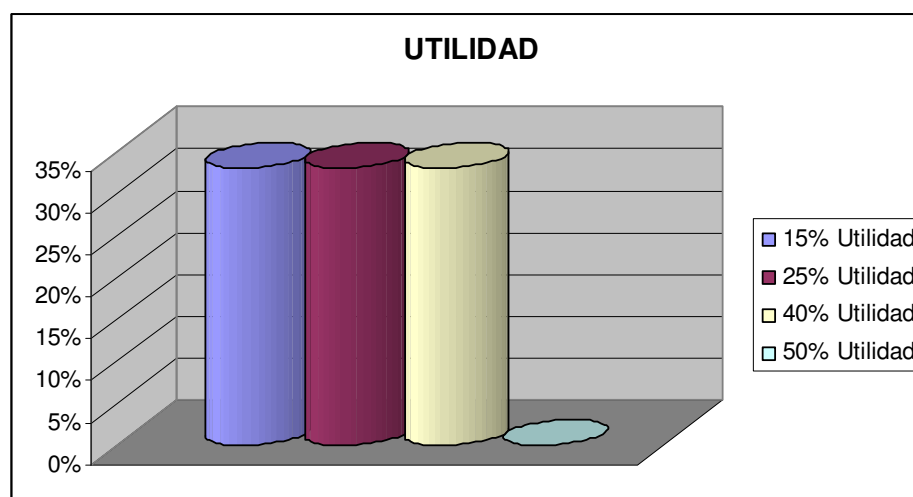


Gráfico N° 10

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con respecto a la utilidad de los resultados de la encuesta muestran que el 33% de los encuestados tienen el 15% de utilidad mientras el 33% manifiesta que posee una utilidad de 25% y el 33% restante una utilidad de 40%.

Pregunta 11

¿Cómo considera usted al mercado del Cantón La Maná para expender este producto?

TABLA N° 11
MERCADO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Excelente	1	33%
Bueno	2	67%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

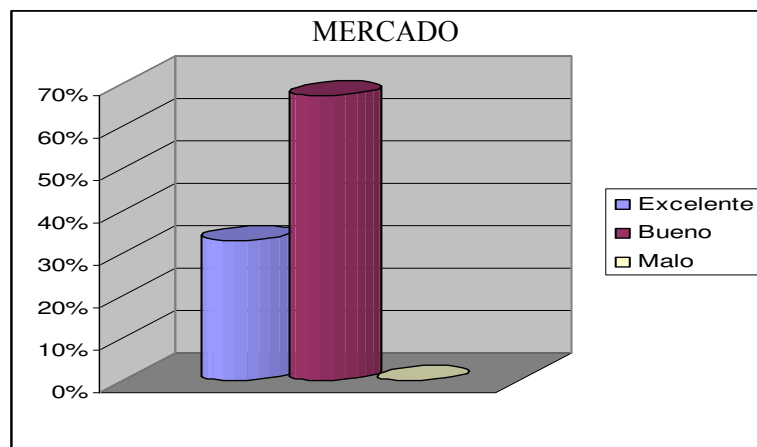


Gráfico N° 11

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante los resultados de la encuesta podemos inquirir que del 100% de la población encuestada el 33% considera que La Maná es un mercado excelente para expender el producto mientras que un 67% de los encuestados manifiesta que es bueno.

Pregunta 12

¿Cuántos tipos de arroz distribuye?

TABLA N° 12
TIPOS DE ARROZ

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1-3	2	67%
4-6	1	33%
7-10	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

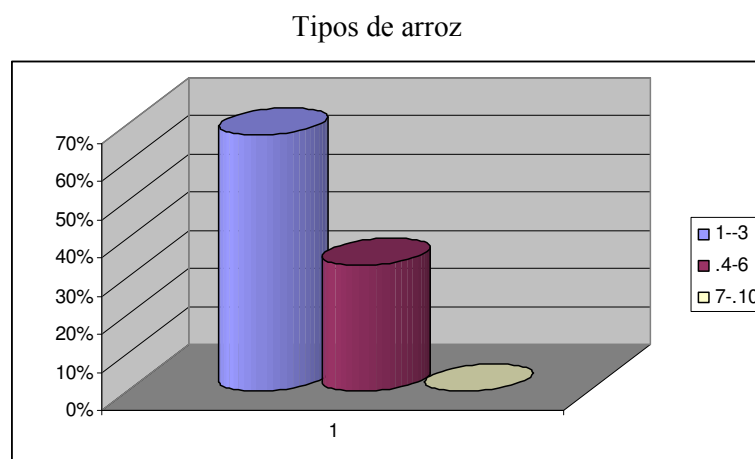


Gráfico N° 12

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de las encuestas coinciden en que las distribuidoras de arroz el 67% distribuyen de uno a tres clases de arroz mientras que el 33% manifiesta que distribuye más de 4 clases de arroz

2.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.6.1. Encuesta realizada a los clientes y consumidores de arroz.

Pregunta 1

¿Con que frecuencia compra arroz?

TABLA N° 13
FRECUENCIA DE COMPRA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Diario	0	0%
Semanal	197	50%
Quincenal	99	25%
Mensual	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

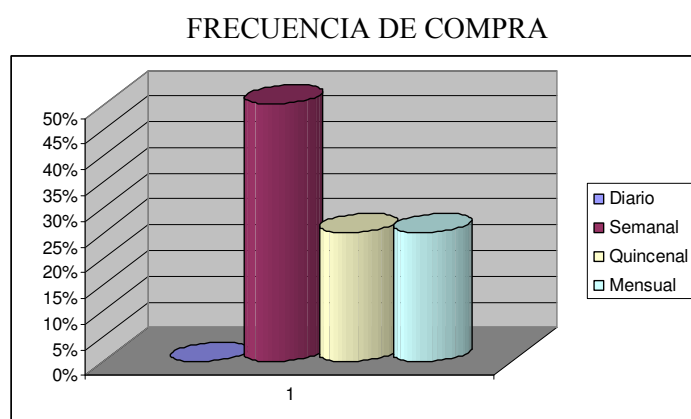


Gráfico N° 13

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados podemos manifestar que el 25% realiza la compra de arroz para su consumo quincenal, otro 25% compra mensual mientras que el 50% realiza la compra de manera semanal

Pregunta 2

¿De los siguientes tipos de Arroz cuál consume con frecuencia?

TABLA N° 14
CONSUMO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Flor	197	50%
Corriente	99	25%
Otros	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

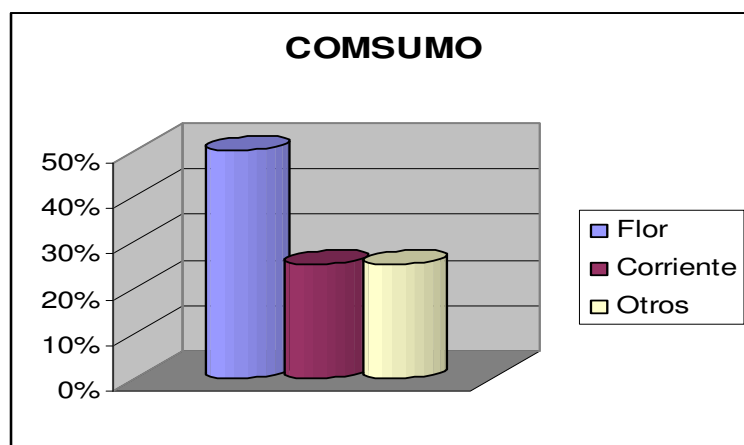


Gráfico N° 14

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados el 50% prefiere el consumo del arroz flor mientras que el 25% de los encuestados manifiesta que consume el arroz corriente y el 25% restante consumen otro tipo de arroz.

Pregunta 3

¿Cuál es el lugar donde frecuenta consumir estos elementos?

TABLA N° 15

LUGAR

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Minoristas	0	0%
Mayoristas	395	100%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

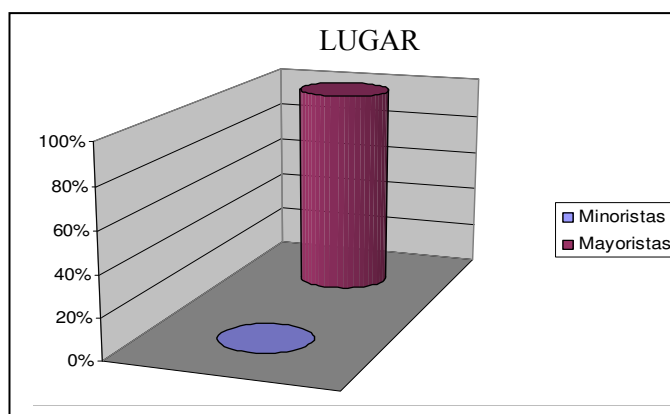


Gráfico N° 15

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados podemos determinar que 100% de los encuestados consume el producto de establecimientos mayoristas.

Pregunta 4

¿Cuándo compra arroz se fija en calidad o en precio?

TABLA N° 16
COMPRA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Calidad	296	75%
Precio	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

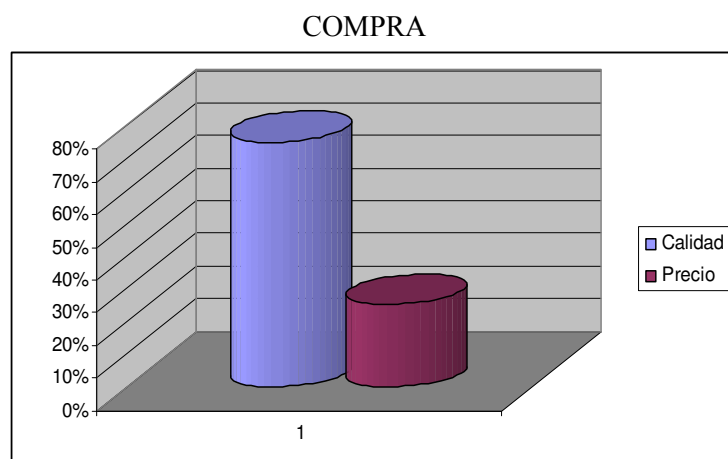


Gráfico N° 16

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 75% de los clientes se fija en la calidad del producto mientras 25% se fija en el precio para poder comercializarlo después

Pregunta 5

¿Cuál es el precio que usted paga por cada quintal de arroz?

TABLA N° 17

PRECIO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
30 dólares	0	0%
32 dólares	0	0%
35 dólares	99	25%
38 dólares	99	25%
40 dólares	197	50%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

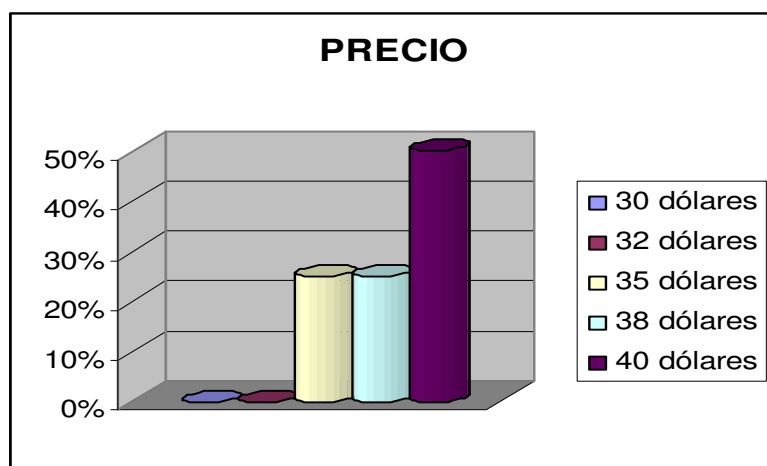


Gráfico N° 17

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los consumidores el 50% manifiesta que cancela por el producto \$40 dólares, mientras que el 25% cancela 38 dólares y el 25% restante cancela 35 dólares el quintal de arroz.

Pregunta 6

¿El servicio que brinda las distribuidoras de arroz se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario?

TABLA N° 18

SERVICIO		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	395	100%
NO	0	0%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

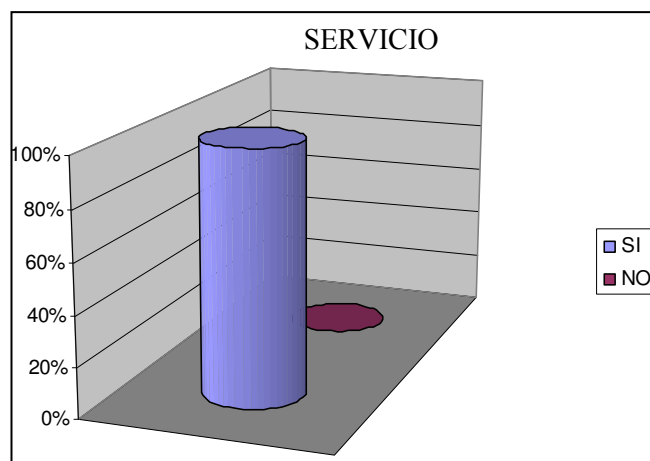


Gráfico N° 18

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados manifiesta que los distribuidores brindan un servicio que adapta a sus necesidades.

Pregunta 7

¿Al momento de comprar el arroz que es lo que primero toma en cuenta?

TABLA N° 19
AL MOMENTO DE COMPRAR

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
La variedad	296	75%
La atención	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

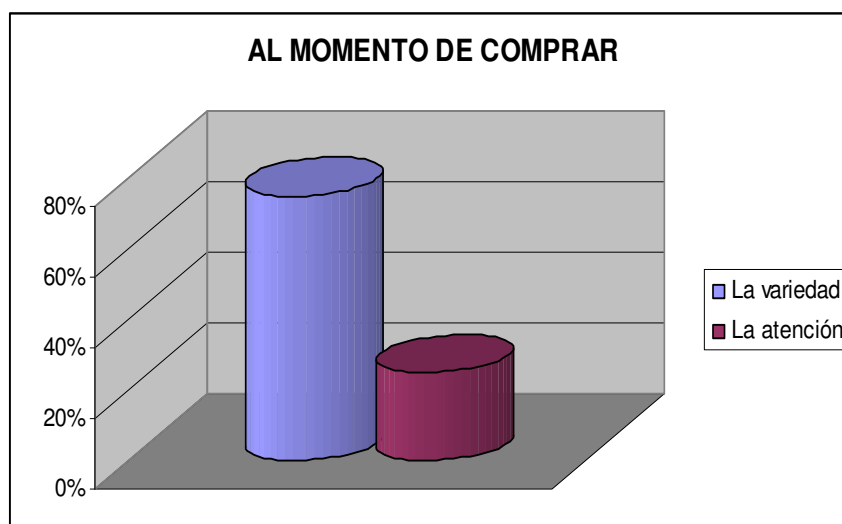


Gráfico N° 19

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 100% de los encuestados podemos determinar que el 75% de la población toma en cuenta la variedad del arroz, mientras que el 25% toma en cuenta la atención al momento de comprar.

Pregunta 8

¿Recibe Ud. alguna línea de crédito de la distribuidora de arroz de su preferencia?

TABLA N° 20
CRÉDITO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	296	75%
NO	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

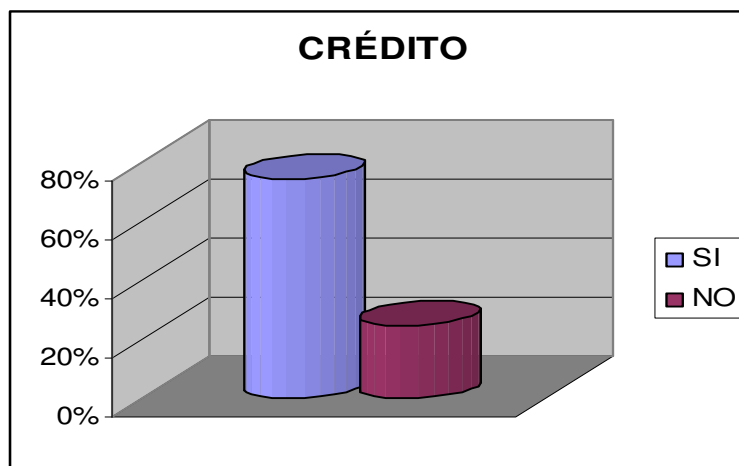


Gráfico N° 20

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 100% de los encuestados podemos determinar que el 75% recibe algún tipo de crédito mientras que el 25% restante realiza la compra al contado

Pregunta 9

¿Le brinda buena atención en el Centro Mayorista de arroz?

TABLA N° 21
ATENCIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	296	75%
NO	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

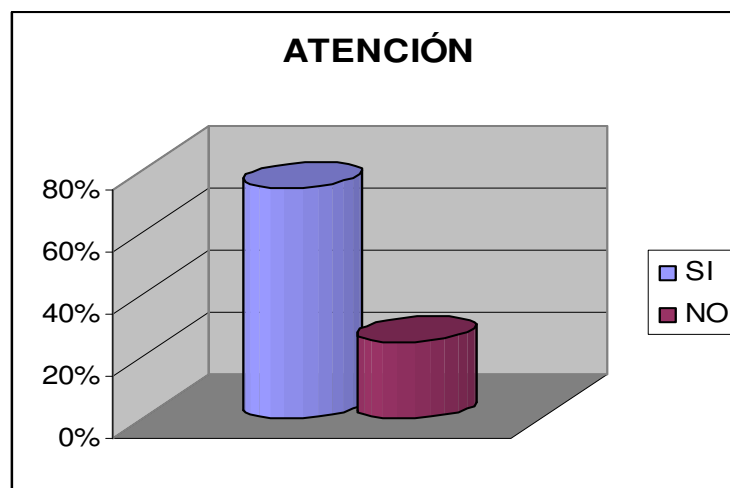


Gráfico N° 21

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 100% de los encuestados podemos determinar que el 75% recibe un trato adecuado y se encuentra satisfecho mientras que el 25% considera que no recibe el trato adecuado

Pregunta 10

¿Qué clase de consumo le da al arroz que compra?

TABLA N° 22
CONSUMO QUE SE DA AL ARROZ

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Personal	296	75%
Venta por menor en tiendas	99	25%
Total	395	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

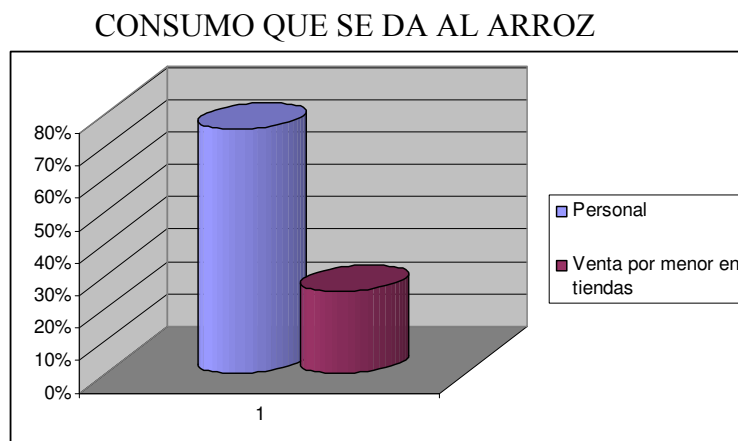


Gráfico N° 22

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 100% de los encuestados podemos determinar que el 75% el arroz para uso personal y el 25% para venta en pequeñas tiendas.

2.7. Análisis e Interpretación de los Resultados

Luego de hacer el análisis respectivo de cada una de las preguntas establecidas en el cuestionario tanto a los distribuidores como a los consumidores de arroz se llega a la conclusión de realizar una Comercialización y Rentabilidad de los Centros Mayoristas de Arroz y su Relación con la Economía del Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi año 2011.

El presente trabajo investigativo permitió obtener información sobre la veracidad de la Comercialización y Rentabilidad de los establecimientos mayoristas de arroz, teniendo ya previa la autorización de los representantes de ventas, en forma especial de los Gerente por lo que se podrá contar con la adecuada y suficiente información para su correcta aplicación.

2.8. Conclusiones

Después de haber realizado las encuestas a los distribuidores y consumidores de Arroz podemos concluir lo siguiente:

- Los Distribuidores de arroz encuestados la mayor parte trabaja con personal familiar ese factor ayuda a evitar los gastos, sin embargo este factor incide para que los propietarios no manejen ningún sistema de control contable sobre sus ventas así como los ingresos egresos y utilidades que el negocio genera.
- Los Centros mayoristas de arroz poseen convenios con diferentes instituciones lo que ayuda de manera significativa en sus ventas garantizando los ingresos y la rotación de la mercadería, sin embargo el mejorar las estrategias de comercialización favoreciera el proceso significativo de ventas por ende mejoraría la rentabilidad.
- Según las encuestas realizadas los dueños de las distribuidoras no tienen un conocimiento real de los estados financieros así como los márgenes de utilidad que obtienen al finalizar el periodo contable.

2.8.1. Recomendaciones

En base a las conclusiones del trabajo investigado se establece las siguientes recomendaciones:

- Realizar un análisis Comercialización y Rentabilidad que permita conocer el estado de perdida y ganancia que genera el producto, así como los niveles de Comercialización y Distribución del Arroz en el Cantón la Maná.
- La buena atención que se le brinde al cliente, así como la calidad del producto es vital para el desempeño de cualquier negocio, de esta manera, se puede incrementar los márgenes de las utilidades, manteniendo un debido control sobre los ingresos y los egresos.
- Conocer sobre los estados financieros del negocio tomando como base la Comercialización y Rentabilidad del arroz en base a ello tener en cuenta los beneficios que este tipo de análisis representa, el VAN y el TIR que son instrumentos claves a la hora de evaluar cualquier inversión.

CAPITULO III

3. Diseño de la propuesta

3.1. Datos Informativos:

Institución	: Distribuidora de Arroz Noble
Ubicación	: Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección	: Av. Quito y San Pablo
Actividad Económica	: Compra y Venta de Arroz
Representante Legal	: Egdo. Eduardo Noble
RUC	: 0501462014001

Perfil de la Distribuidora



3.1.1. Institución : **Distribuidora de Arroz Katherine**

Ubicación : Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.

Dirección : Av. Quito y San Pablo

Actividad Económica : Compra y Venta de Arroz

Representante Legal : Katherine Cabrera

RUC : 0503621554001

Perfil de la Distribuidora



3.1.2. Institución: Distribuidora de arroz la Central

Ubicación : Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección : Av. A9 de Mayo y Calabi
Actividad Económica : Compra y Venta de Arroz
Representante Legal : Moreira Salazar Ligia Iris
RUC : 1205345154001

Perfil de la Distribuidora



3.2. Justificación

La investigación del proyecto se justificó con la necesidad de brindar un apoyo financiero a las distribuidoras de arroz permitiendo minimizar recursos y maximizar ganancias, aportando en el desarrollo económico del Cantón La Maná.

En la actualidad es indispensable que las empresas determinen los parámetros necesarios de Comercialización y Rentabilidad el mismo que permitirá revisar y analizar los estados financieros así como los márgenes de utilidad que se percibe con la distribución del producto.

Los beneficiarios de este proyecto de investigación son las distribuidoras de arroz; para que mediante los resultados obtenidos adopten un mejor sistema de comercialización y rentabilidad, permitiendo la toma de decisiones oportunas que vayan en beneficio de las distribuidoras.

Para efectos de la presente la elaboración de la propuesta toma datos financieros reales de las distribuidoras de arroz las mismas que en cantidad de tres representan empresas significativas en el desarrollo comercial de este producto que considerado insumo de primera necesidad en el Cantón

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General

Desarrollar un análisis de Comercialización y Rentabilidad de arroz en los centros mayoristas y su relación con la economía del Cantón La Maná año 2011.

3.3.2. Objetivos Específicos

- Realizar estados financieros mediante información recopilada a los propietarios de los centros mayoristas para obtener resultados y efectuando un análisis de los diferentes ratios financieros poder desarrollar diferentes recomendaciones
- Identificar el sistema de distribución de la comercialización que utilizan las distribuidoras de arroz.
- Determinar la Tasa interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), mediante la realización de los flujos de caja para conocer si el negocio es rentable.

3.4. Descripción de la propuesta

Para lograr mayor efectividad en el desarrollo de la planeación de una propuesta alternativa Se dará conocer la metodología que se aplicara en el desarrollo de la misma.

3.4.1. Distribuidora Noble	84
3.4.1.1. Antecedentes.	84
3.4.1.2. Análisis Situacional FODA	84
3.4.1.3. Imagen Corporativa	85
3.4.1.4. Ubicación Geográfica.	85
3.4.1.5. Flujograma de proceso contable	86
3.4.1.6. Estado de situación inicial	87
3.4.1.7. Balance General	88
3.4.1.8. Estado de pérdidas y ganancias	90
3.4.1.9. Costo de Ventas	91
3.4.1.10. Flujo de caja	92
3.4.1.11. Flujo del Proceso de comercialización	93
3.4.1.12. Comercialización .	93
3.4.1.13. Flujo de Distribución	96
3.4.1.14. Distribución de la planta .	97
3.4.1.15. Análisis e indicadores financieros	98
3.4.2. Distribuidora Katherine	109
3.4.2.1. Antecedentes	109
3.4.2.2. Análisis Situacional FODA	109
3.4.2.3. Imagen Corporativa	110

3.4.2.4. Ubicación Geográfica	110
3.4.2.5. Flujograma de proceso contable	111
3.4.2.6. Estado de situación inicial	112
3.4.2.7. Balance General	113
3.4.2.8. Estado de pérdidas y ganancias	115
3.4.2.9. Costo de Ventas	116
3.4.2.10. Flujo de caja	117
3.4.2.11. Flujo del Proceso de comercialización	118
3.4.2.12. Comercialización	118
3.4.2.13. Flujo de Distribución	121
3.4.2.14. Distribución de la planta	122
3.4.2.15. Análisis e indicadores financieros	123
3.4.3. Distribuidora La Central	132
3.4.3.1. Antecedentes	132
3.4.3.2. Análisis Situacional FODA	132
3.4.3.3. Imagen Corporativa	133
3.4.3.4. Ubicación Geográfica	133
3.4.3.5. Flujograma de proceso contable	134
3.4.3.6. Estado de situación inicial	135
3.4.3.7. Balance General	136
3.4.3.8. Estado de pérdidas y ganancias	138
3.4.3.9. Costo de Ventas	139
3.4.3.10. Flujo de caja	140
3.4.3.11. Flujo del Proceso de comercialización	141
3.4.3.12. Comercialización	141

3.4.3.13. Flujo de Distribución	144
3.4.3.14. Distribución de la planta	145
3.4.3.15. Análisis e indicadores financieros	146

3.5. Aplicación o Validación de la Propuesta

3.5.1. Distribuidora Noble

3.5.1.1. Antecedentes

Distribuidora de arroz Noble posee varios años de funcionamiento en el Cantón se encuentra ubicada en la Av. Quito y San Pablo su propietario es el Egdo Eduardo Noble, quien es un personaje muy reconocido por su trayectoria en el Cantón

3.5.1.2. Análisis Situacional FODA

FORTALEZAS

- Experiencia de Distribución
- Producto de Alto consumo
- Local propio
- Precios realizables

OPORTUNIDADES

- Ventas y Distribución al por Mayor y menor
- Convenio con pequeños Distribuidores
- Mano de obra local
- Sistema Contable adecuado

DEBILIDADES

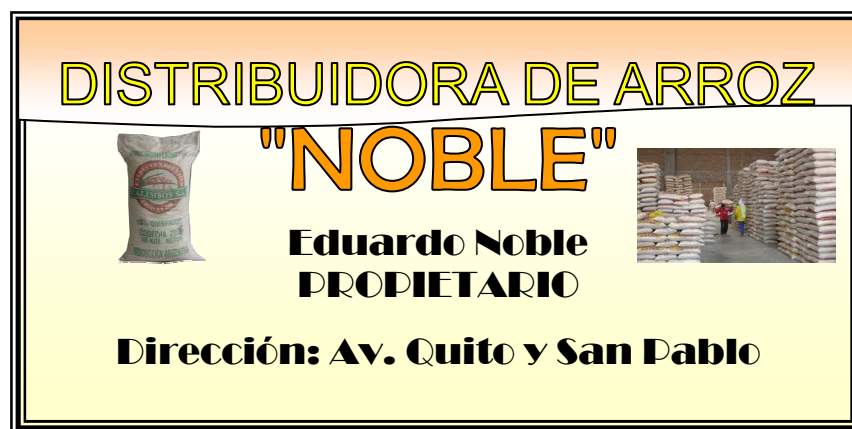
- Plan estratégico del Negocio sin elaborar
- Poca información sobre la competencia

- Poco control sobre el manejo de la producción

AMENAZAS

- Nivel de competencia en crecimiento
- Presencia de factores externos no controlables como la inflación
- Entrada de nuevos competidores con estrategias similares de mercado
- Distribuidores que realizan venta directa

3.5.1.3. Imagen Corporativa:

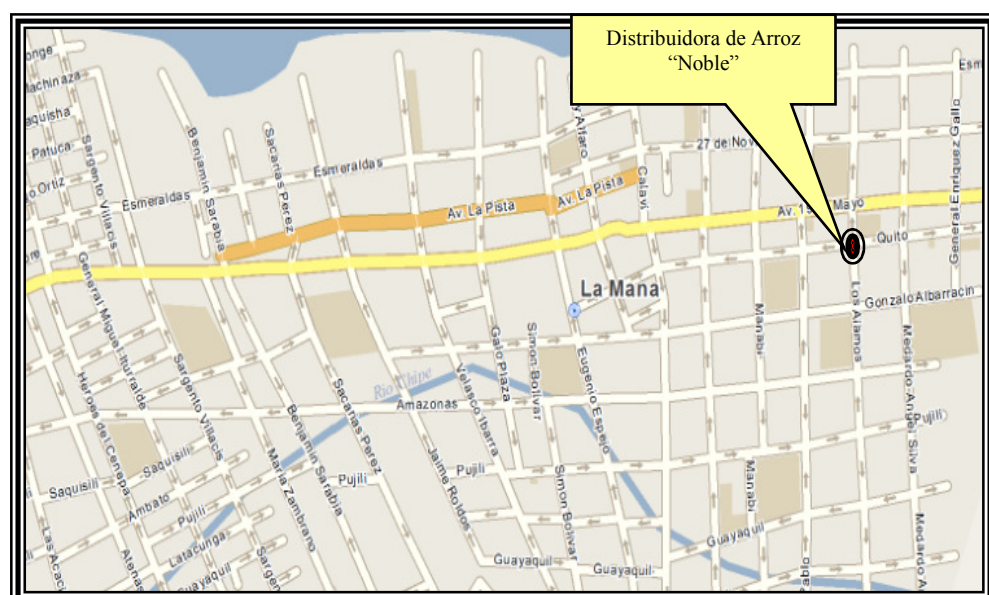


Fuente Distribuidora Noble

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.5.1.4. Ubicación Geográfica de la Distribuidora en estudio

GRÁFICO # 23



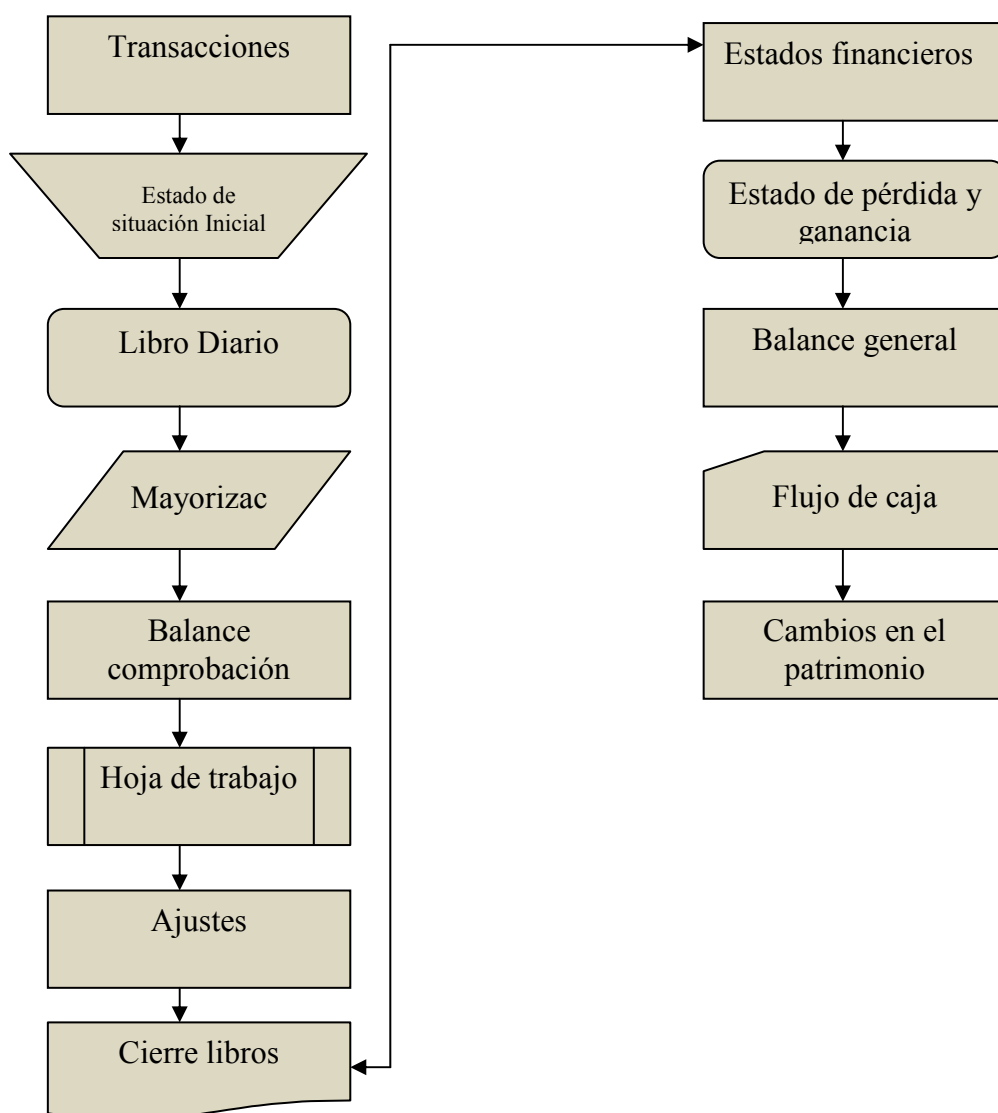
3.5.2. Estados Financieros

3.5.2.1. Flujograma del proceso contable

La Distribuidora Noble, proporciona información oportuna y fiable puesto que obligadamente debe presentar balances anuales de todos los movimientos económicos a los organismos de control.

DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE

GRÁFICO # 24



Fuente Distribuidora Noble

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.5.2.2. Estado de Situación Inicial

DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2011.

1	ACTIVO	
1.1	ACTIVO CORRIENTE	
1.1.01.01	Caja	\$1.250,00
1.1.01.02	Caja Chica	\$100,00
1.1.01.03	BANCOS	\$4.100,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Pichincha # 5010689751	\$3.250,00
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201002570	\$850,00
1.1.02.01	Inventario de Arroz	\$4.000,00
1.1.01.04	Clientes	\$1.350,00
1.1.01.04.01	Tienda Alex	\$600,00
1.1.01.04.02	Tienda Verito	\$400,00
1.1.01.04.03	Tienda Magaly	\$350,00
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
1.2.02.01	Muebles de Oficina	\$2.950,00
1.2.02.04	Tableros	\$450,00
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tablero	\$45,00
1.2.02.06	Perchas	\$500,00
1.2.02.07	(-) Depreciación Acumulada Perchas	\$50,00
1.2.02.08	Escritorio	\$800,00
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio	\$80,00
1.2.02.10	Equipos de Computación	\$1.200,00
1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	\$399,96
1.2.02.02	Edificios	\$30.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios	\$1.500,00
1.2.02.12	Vehículos	<u>\$18.000,00</u>
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos	<u>\$3.600,00</u>
	TOTAL DE ACTIVOS	<u><u>\$56.075,04</u></u>
2	PASIVOS	
2.1	PASIVOS CORRIENTE	
2.1.01	Proveedores	\$3.246,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar ADPA LITORAL	\$3.246,00
2.2.02	Préstamo Bancario a corto plazo a Cooperativa Cacpeco	<u>\$3.500,00</u>
	TOTAL DEL PASIVO	\$6.746,00
3	PATRIMONIO	
3.1.01	Capital Social	\$49.329,04
	TOTAL DE PATRIMONIO	\$49.329,04
	TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO	<u><u>\$56.075,04</u></u>

CONTADOR

GERENTE

3.5.2.3. Balance General

DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE			
BALANCE GENERAL			
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011			
1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja		\$3.250,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$9.711,15
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Pichincha # 5010689751	\$5.100,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201002570	\$4.611,15	
1.1.02.01	Inventario de Arroz		\$4.500,00
1.1.01.04	Clientes		\$8.069,00
1.1.01.04.01	Tienda Alex	\$2.569,00	
1.1.01.04.02	Tienda Verito	\$3.250,00	
1.1.01.04.03	Tienda Magaly	\$2.250,00	
1.1.01.05	Provisión para Cuentas Incobrables		\$80,69
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
1.2.02.01	Muebles de Oficina		\$1.750,00
1.2.02.04	Tableros	\$450,00	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tableros		\$90,00
1.2.02.06	Perchas	\$500,00	
1.2.02.07	(-) Depreciación Acumulada Perchas		\$100,00
1.2.02.08	Escritorio	\$800,00	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio		\$160,00
1.2.02.10	Equipos de Computación		\$1.200,00
1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo		\$799,92
1.2.02.02	Edificios		\$30.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios		\$3.000,00
1.2.02.12	Vehículos		\$18.000,00
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos		\$7.200,00
	TOTAL DE ACTIVOS		\$65.149,54
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		\$2.500,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar ADPA LITORAL	\$2.500,00	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar		\$49,37
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar		\$64,15
2.1.08	Retenciones en la fuente por pagar 1 %		\$200,00
2.1.11	Retenciones en la fuente por pagar 10 %		\$6,00
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%		\$7,20
2.1.06	Provisión décimo tercer sueldo		\$44,00
2.1.07	Provisión décimo cuarto sueldo		\$440,00
2.1.08	Provisión Fondos de reserva		\$44,00
2.1.09	Provisión Vacaciones		\$22,00
2.1.16	Participación a los Trabajadores		\$1.659,67
2.1.17	Impuesto a la Renta por Pagar		\$9,74
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo		\$1.379,28

	TOTAL DEL PASIVO	\$6.425,42
3	PATRIMONIO	
3.1.01	Capital Social	\$49.329,04
3.2.01	Reserva Legal	\$939,51
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$8.455,57
	TOTAL DE PATRIMONIO	\$58.724,12
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$65.149,54</u>

GERENTE

CONTADOR

3.5.2.4. Estado de Pérdidas y Ganancia

DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas de Arroz	\$240.000,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$204.000,00	
3.3.01	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$36.000,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	Gastos Administrativos		\$15.768,78
5.1.01	Gastos Sueldos de Empleados	\$6.336,00	
5.1.02	Gastos Honorarios Profesionales	\$720,00	
5.1.05	Gastos Aporte Patronal	\$769,82	
5.1.06	Gastos Décimo Tercer Sueldo	\$528,00	
5.1.07	Gastos Décimo Cuarto Sueldo	\$528,00	
5.1.09	Gastos Vacaciones	\$264,00	
5.1.08	Gastos Fondos de Reserva	\$528,00	
5.1.15.01	Depreciación de edificios	\$1.500,00	
5.1.15.02	Depreciación de Tableros	\$45,00	
5.1.15.03	Depreciación de Perchas	\$50,00	
5.1.15.04	Depreciación de Escritorio	\$80,00	
5.1.15.05	Depreciación de equipos de computo	\$399,96	
5.1.15.06	Depreciación de vehículos	\$3.600,00	
5.1.11	Gastos de Servicios Básico	\$420,00	
5.2	Gastos de Ventas		\$8.550,00
5.2.1	Gastos Publicidad	\$600,00	
5.2.2	Gastos Lubricantes y Combustible	\$3.500,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$1.250,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$3.200,00	
5.3	Gastos Financieros		\$616,72
5.3.1	Gastos Intereses Pagados	\$616,72	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$11.064,50
2.1.16	15% Utilidad para Trabajadores		\$1.659,67
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC. A LOS TRABAJADORES		\$9.404,82
2.1.17	DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$9,74
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$9.395,08
3.02.01	10% RESERVA LEGAL		\$939,51
3.3.03	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$8.455,57

GERENTE

CONTADOR

3.5.2.5. Costo De Ventas

Fórmula:

$$\text{Inventario inicial} + \text{Compras Netas} - \text{Inventario Final} = \text{Costo Venta}$$

COSTO DE PRODUCTO VENDIDO	
Inventario Inicial	4000,00
Compras netas	204500,00
(-) Inventario Final	4500,00
Total Costo de Ventas	204000,00

3.5.2.6. Flujo de Caja de la Distribuidora de Arroz “NOBLE” con proyección a 5 años

CUENTAS	COSTOS	AÑOS				
	PREOPERACIONALES	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos ventas		\$240.000,00	\$264.000,00	\$290.400,00	\$319.440,00	\$351.384,00
Ingresos Clientes		\$8.069,00	\$8.875,90	\$9.763,49	\$10.739,84	\$11.813,82
Total de ingresos operacionales		\$248.069,00	\$272.875,90	\$300.163,49	\$330.179,84	\$363.197,82
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Comercialización (Ventas)		\$204.000,00	\$224.400,00	\$246.840,00	\$271.524,00	\$298.676,40
Gastos de administración		\$15.768,78	\$17.345,66	\$19.080,23	\$20.988,25	\$23.087,08
Gastos de venta		\$8.550,00	\$9.405,00	\$10.345,50	\$11.380,05	\$12.518,06
Total		\$228.318,78	\$251.150,66	\$276.265,73	\$303.892,30	\$334.281,53
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$19.750,22	\$21.725,24	\$23.897,76	\$26.287,54	\$28.916,29
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo			\$15.343,36	\$33.863,52	\$55.741,29	\$79.806,84
Total ingresos no operacionales			\$15.343,36	\$33.863,52	\$55.741,29	\$79.806,84
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Equipo de Producción	\$18.000,00					
Obra civil (Edificios)	\$30.000,00					
Equipos de oficina	\$1.200,00					
Muebles de oficina	\$1.750,00					
Capital de trabajo	\$8.015,01					
Pago de impuesto a la renta		\$9,74	\$10,72	\$11,79	\$12,97	\$14,26
Pago créditos		\$2.737,44	\$1.368,72			
Pago 15% a trabajadores		\$1.659,67	\$1.825,64	\$2.008,21	\$2.209,03	\$2.429,93
Total de egresos no operacionales	\$58.965,01	\$4.406,86	\$3.205,08	\$2.019,99	\$2.221,99	\$2.444,19
F. FLUJO NO OPERACIONAL	-\$58.965,01	-\$4.406,86	\$12.138,28	\$31.843,53	\$53.519,30	\$77.362,64
G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$58.965,01	\$15.343,36	\$33.863,52	\$55.741,29	\$79.806,84	\$106.278,94
TASA DE DESCUENTO						20%
VAN			\$ 90.793,36			
TIR			60%			

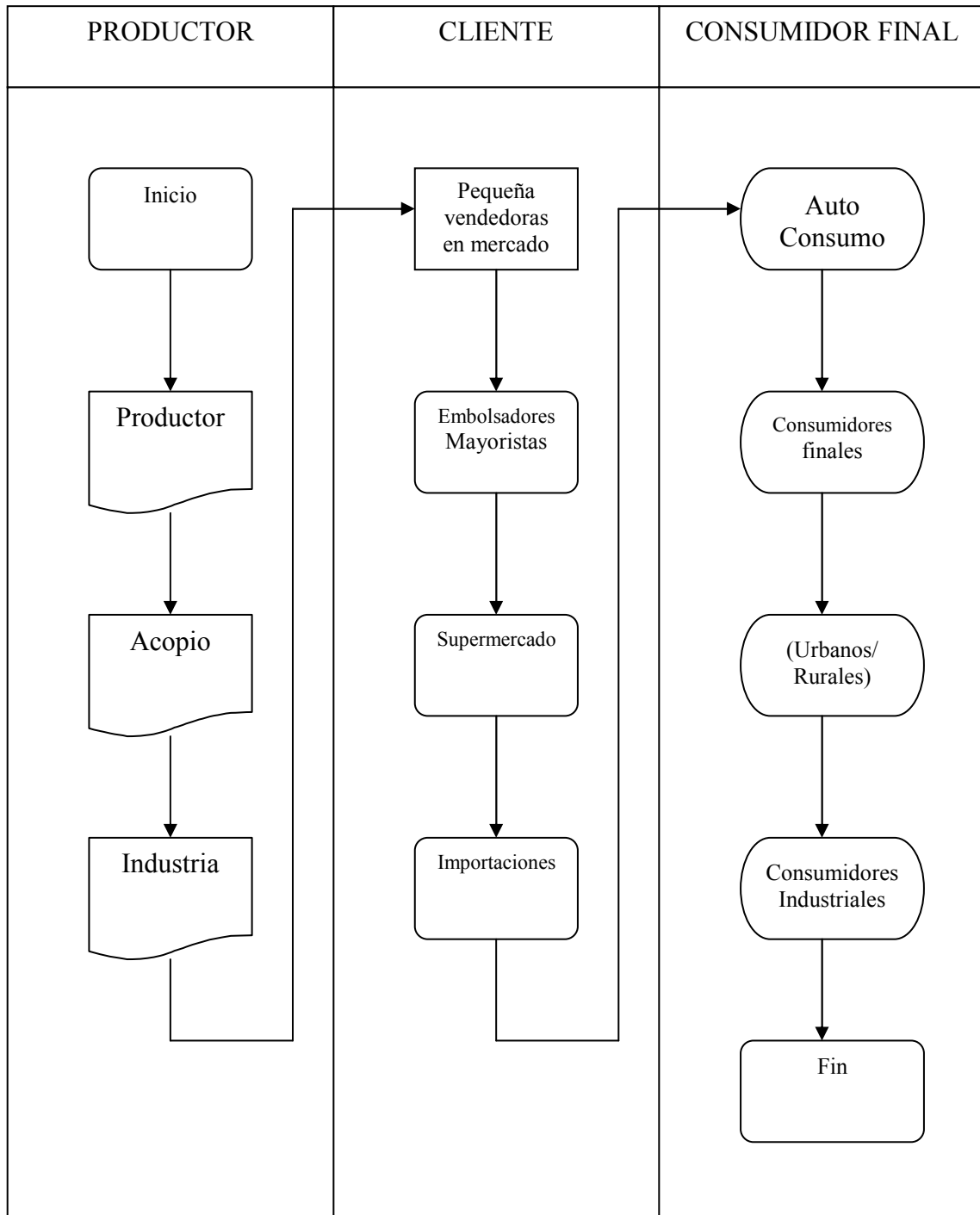
GERENTE

CONTADOR

3.5.3. Comercialización

3.5.3.1. Flujo grama del proceso de comercialización

GRÁFICO # 25



Fuente Distribuidora Noble

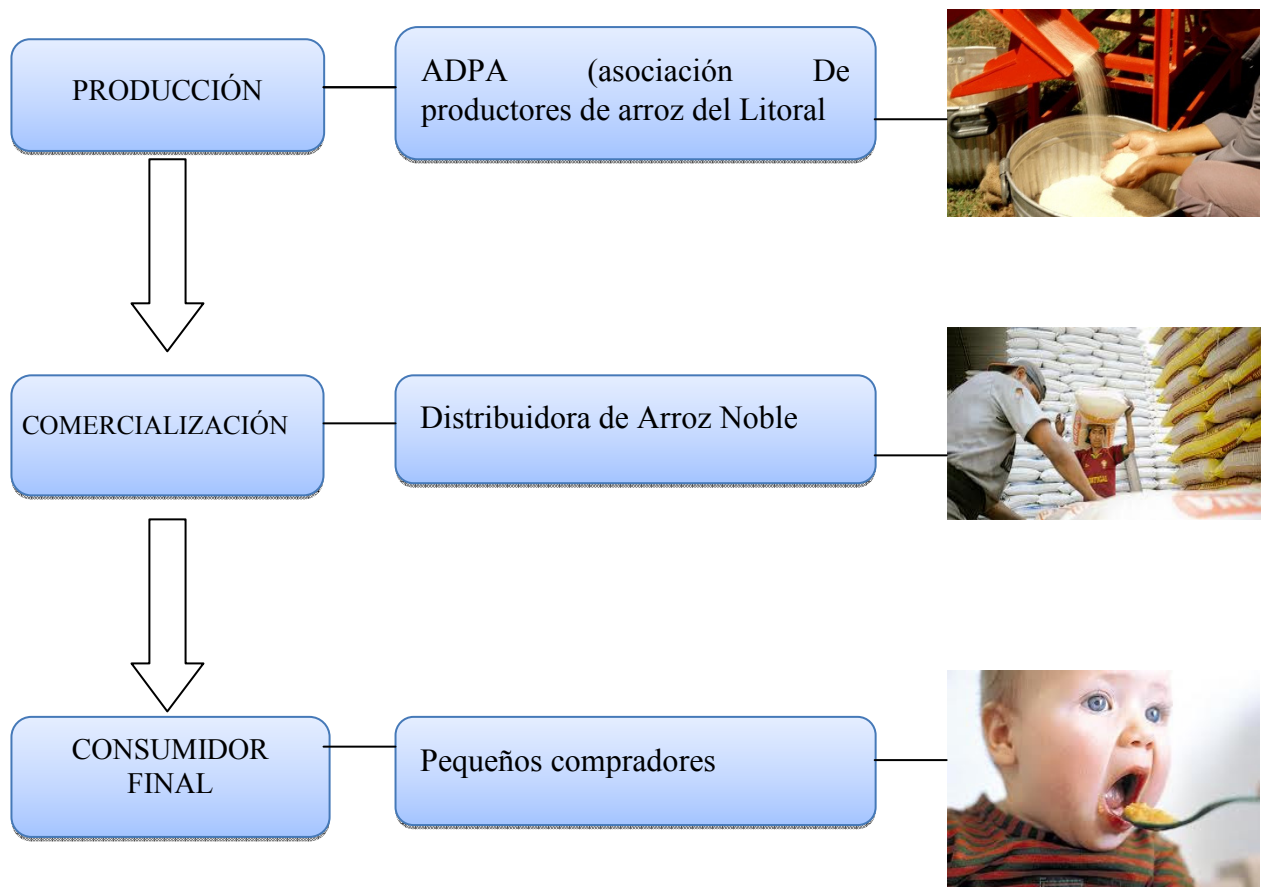
Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.5.3.2. Comercialización directa

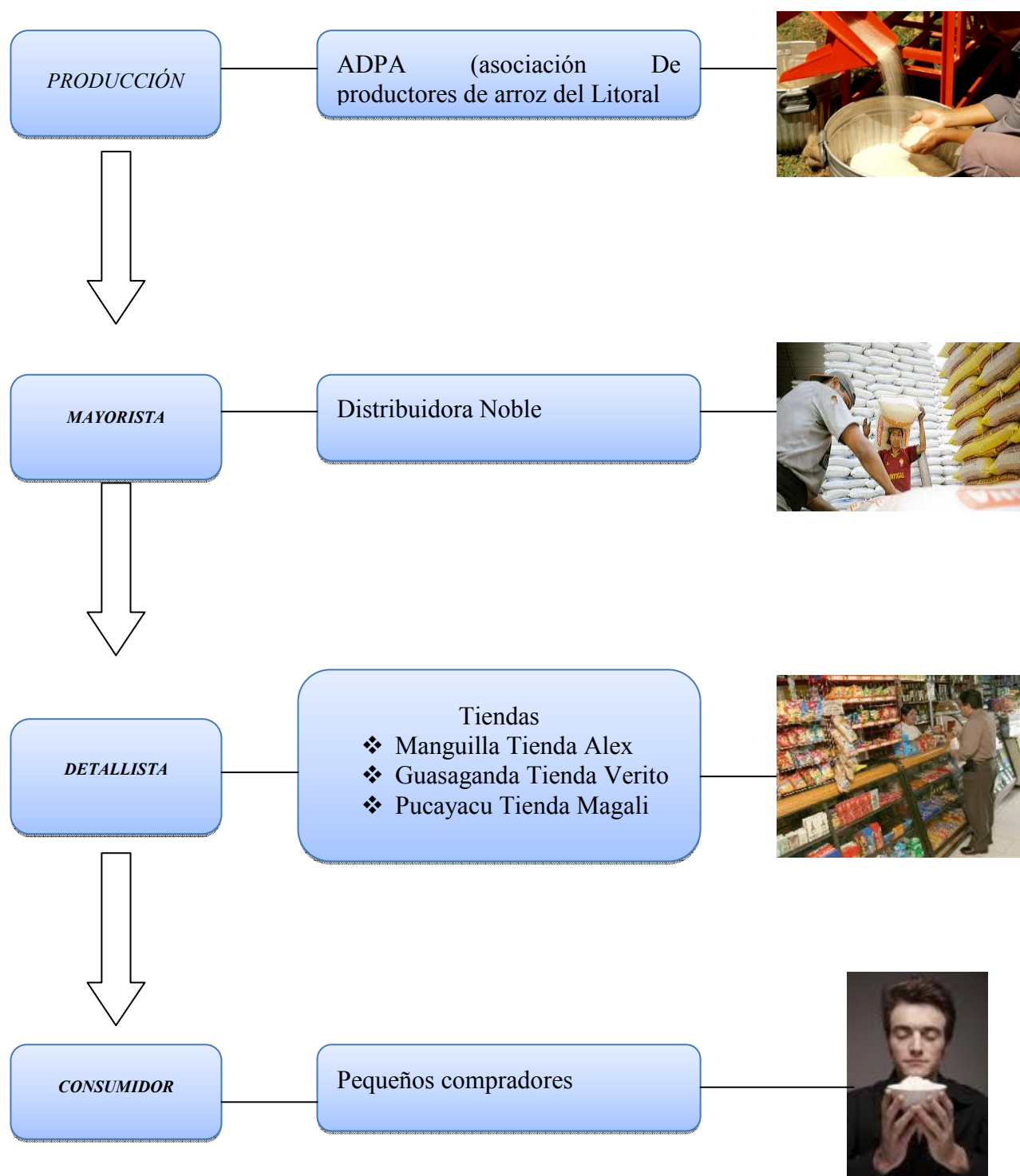
La Distribuidora de arroz Noble mediante el estudio realizado se determina que utiliza el canal de comercialización directo como el canal indirecto para la comercialización de su producto.

A continuación se muestra de manera general el proceso de comercialización mediante canales directos e indirectos.

a) Canal directo

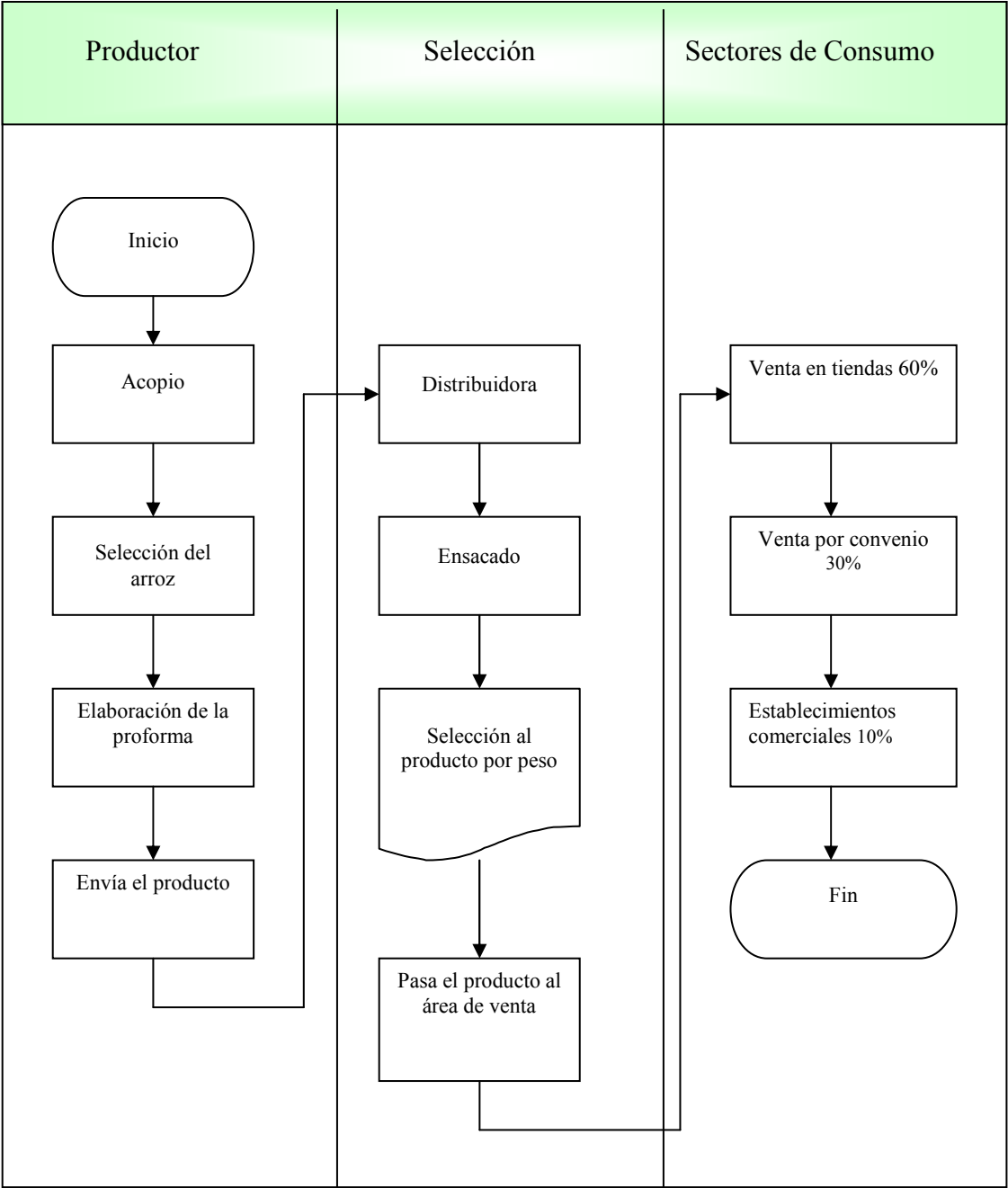


b) Canal Indirecto



3.5.3.3. Flujograma de distribución

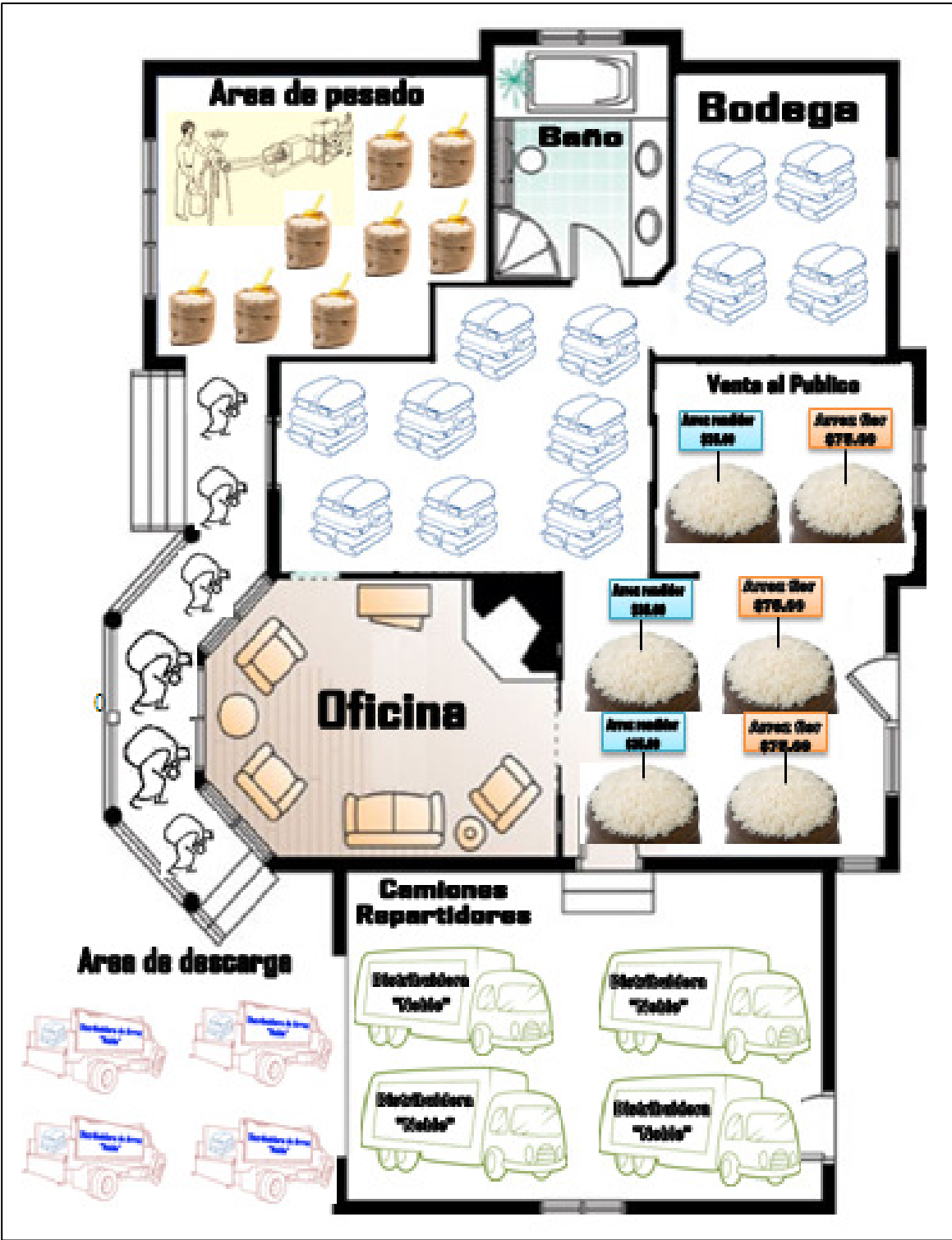
GRÁFICO # 26



Fuente: Distribuidora Noble
Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.5.3.4. Distribución de la Planta

GRÁFICO # 27



Fuente: Distribuidora Noble

Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.5.4. Análisis de indicadores financieros Distribuidora de Arroz Noble

3.5.4.1. Índices de Liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.

a) Razón Corriente

FÓRMULA		
1.- Razón corriente		
$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$		
	$\frac{13.061,15}{5.046,14}$	2,59

La Distribuidora Noble en su razón corriente para el año 2011 nos demuestra claramente que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos corrientes. Esto quiere decir que el activo corriente es de 2,59 a corto plazo. Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa de pagar sus deudas.

b) Prueba acida

FÓRMULA		
2.- Prueba del acido		
$\frac{\text{Activo corriente - inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$		
	$\frac{8.561,15}{5.046,14}$	1,70

En base a los resultados de la prueba acida podemos determinar que para el año 2011 La Distribuidora Noble tiene el 1,70 lo que quiere decir que cuenta con \$1,70 para cancelar un dólar de deuda de forma inmediata y todavía le queda un remate del 0,70% el cual puede utilizarse como capital de trabajo.

c) Periodo promedio de cobranza

FÓRMULA		
2.	Periodo promedio de cobranza	
	$\frac{\text{Cuentas por cobrar} * \text{días del año}}{\text{Ventas anuales acreditado}}$	
	$\frac{\$2.904.840,00}{\$240.000,00}$	12,10 días

La distribuidora noble para el año 2011 tiene 12 días para hacer efectivo las cuentas por cobrar esto quiere decir que la distribuidora hace efectivo sus cuentas por cobrar a sus clientes es de 12 días.

d) Rotación de cuentas por cobrar

FÓRMULA		
4.-	Rotación de cuentas por cobrar	
	$\frac{\text{Ventas anuales a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$	
	$\frac{\$240.000,00}{\$8.069,00}$	29,74

Este permite vislumbrar las normas de cobro de la empresa mide el número de veces que la distribuidora noble rota sus cuentas por cobrar cada 29 días lo que quiere decir que se tarda 29 días para cobrar.

3.5.4.2. Índices de Productividad

Los índices de productividad permiten al administrador controlar el desempeño de la empresa, en particular, para detectar algún cambio en la productividad de la empresa.

a) Margen de utilidad

FÓRMULA		
1,-Margen de utilidad		
<u>utilidad neta</u>		
Ventas netas		
	<u>8.455,57</u>	3,52%
	240.000,00	

Mediante el índice de productividad aplicando las fórmulas para verificar el margen de utilidad podemos determinar que la Distribuidora Noble ha generado utilidades equivalentes al 3,52% se puede apreciar que las utilidades que genera el negocio son bajas lo que quiere decir que por cada UM que vendió la distribuidora tubo una utilidad del 3,52%.

b) Margen Bruto

FÓRMULA		
2,-Margen de utilidad bruta		
<u>Utilidad bruta</u>		
Ventas netas		
	<u>36.000,00</u>	15%
	240.000,00	

Este ratio financiero determina cuanto se ha obtenido por cada dólar vendido luego de descontar el valor de ventas los resultados obtenidos en la distribuidora refleja el 15 %.

c) Margen de Operación

FÓRMULA		
3.-Margen de operación		
<u>Utilidad operacional</u>		
Ventas netas		
	<u>11.681,22</u>	4,87%
	240.000.00	

El resultado que nos brinda la realización de este ratio financiero nos muestra que los ingresos que adquiere la distribuidora después de pagarlos gastos administrativos y de venta corresponden al 4,87%.

3.5.4.3. Índices de Rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

a) Rendimiento sobre inversiones

FÓRMULA		
1.-Rendimiento sobre las inversiones.		
<u>Utilidad neta</u>		
activos totales		
	<u>8.455,57</u>	12,98%
	65.149,54	

La tasa de rendimiento sobre la inversión en activos establece la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Quiere decir, que cada UM invertido en los activos produjo ese año un rendimiento de 12,98 % sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

b) Rendimiento sobre el patrimonio

FÓRMULA		
2.- Rendimiento sobre la patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Capital		
	<u>8.455,57</u>	14,40 %
	58.724,12	

Esto significa que por cada UM que el dueño mantiene genera un rendimiento del 14,40% sobre el capital. Es decir, mide la capacidad de la distribuidora para generar utilidad a favor del propietario.

3.5.4.4. Índices de Endeudamiento

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo

a) Razón de patrimonio a pasivo

FÓRMULA		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	<u>58.724,12</u>	9,14
	\$6.425,42	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo la Distribuidora Noble cuenta con \$ 9,14 Dólares de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones.

b) Razón de patrimonio a deuda a largo plazo

FÓRMULA		
2.-Razón de patrimonio a deuda largo plazo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo largo plazo		
	<u>\$58.724,12</u>	42,58
	\$1.379,28	

Razón de patrimonio de deuda a largo plazo Permite conocer si la deuda con terceros es mayor, igual o menor que el patrimonio que posee la empresa. El resultado de ésta razón significa que el 42,58% del Activo se debe a terceros lo que puede poner en riesgo la estabilidad de la distribuidora.

c) Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA		
3.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	<u>\$58.724,12</u>	0,90
	65.149,54	

Indica que el pasivo es inferior a los activos de la distribuidora lo que representa la posibilidad de que la distribuidora pueda financiarse con capital propio en este caso se reduce al 0,90.

d) Razón de pasivo a activo

FÓRMULA		
4.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo		
	<u>6.424,42</u>	0,10
	65.149,54	

Este ratio mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la distribuidora, el resultado obtenido para este año es del 0.10 lo que refleja que la situación financiera de Distribuidora Noble es estable.

e) Dependencia Bancaria

FÓRMULA		
5.- Dependencia bancaria		
<u>Adeudos bancarios</u>		
Activo		
	<u>\$1.379,28</u>	0,02
	\$65.149,54	

La distribuidora Noble para el año en estudio obtuvo el 0,02 de dependencia bancaria lo que quiere decir que la distribuidora tiene un índice mínimo de endeudamiento el cual es muy bueno.

g) Razón de cobertura de interés

FÓRMULA		
6.- Razón de cobertura de interés		
<u>Utilidad de operación</u>		
Gastos financieros		
	<u>\$11.681,22</u>	18,94
	\$616,72	

La cobertura de interés de la distribuidora noble para el año 2011 es de 18,94 esto quiere decir que la distribuidora pago un interés considerable por el préstamo otorgado.

h) Razón de cobertura del pasivo

FÓRMULA		
4.- Razón de cobertura del pasivo		
	<u>Utilidad de operación</u>	
	Gastos financ + pago principal	
	<u>\$11.681,22</u>	2,84
	\$4.116,72	

En este ratio la distribuidora para el año 2011 muestra de cuanto fue su cobertura sobre el pasivo obteniendo el 2,84 lo cual es un índice considerable .

3.5.5. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN), es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivo y el valor actual del costo inicial, erogado en efectivo, de un proyecto de desembolso de capital.

VAN distribuidora= \$90.793,36

El VAN arrojo valores positivos, lo que demuestra una vez mas la rentabilidad de la Distribuidora.

3.5.6. Tasa Interna De Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo, hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

TIR distribuidora = 60 %

3.5.7. Informe De Rentabilidad

Sr.

Eduardo Noble

GERENTE PROPIETARIO DE DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud. desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad hacer de su conocimiento que una vez realizado los análisis financieras pertinentes a su distribuidora procedemos a rendir el informe correspondiente el mismo que detallamos a continuación.

A través de la presente hemos podido determinar los índices de liquidez que posee la empresa así como el proceso de Comercialización, canales de distribución además mediante el análisis de los ratios financieros determinamos la rentabilidad que la misma genera, por lo cual podemos determinar los siguientes valores

Incide de liquidez 2.59 %

Margen de Utilidad 15%

Rendimiento 14.40%

La distribuidora noble dentro de sus fortalezas podemos determinar que el hecho de poseer local propio y al tener precios competitivos le abre las puertas de un

mercado donde sin lugar a dudas se considera la mejor, dentro de sus oportunidades se aprecia el hecho de poseer convenio con pequeños distribuidores además de contar con un sistema automático que facilita la distribución y ahorra gastos trabajadores , sin embargo se debe tomar en cuenta el poco control que se le brinda al manejo de la producción y la falta de un necesario plan de negocios, una de las principales amenazas que posee es el alto crecimiento de la competencia en este medio lo que pone en riesgo la estabilidad de la empresa a futuro.

Es importante hacer de su conocimiento que dados los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa es estable pero posee un margen mínimo de utilidad, situación porque el precio puede variar como determinan las proyecciones además con el uso adecuado de esta información más estrategias optimas de mercado.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Natalia Soledad Cunuhay Pastueña
INVESTIGADORA

3.6. Distribuidora de Arroz Katherine

3.6.1. Antecedentes

Distribuidora de arroz Katherine es una distribuidora que no posee muchos años sin embargo posee altos índices de distribución por los convenios que realiza con las empresa del sector público como, Municipalidad del Cantón MIES – INFA entre otras lo que facilita las ventas, y la Distribución del Arroz a gran y mediana escala se encuentra ubicada en la Av. 19 de Mayo y San Pablo su propietaria la Sra. Katherine Cabrera.

3.6.1.1. Análisis Situacional FODA

FORTALEZAS

- Convenios firmados a largo plazo por entidades públicas
- Clientes Fijos y convenios corporativos con instituciones privadas
- Local propio
- Transporte propio a bajo costo para clientes

OPORTUNIDADES

- Mercado optimo para la Distribución del Arroz
- Mano de obra familiar
- Contabilidad Básica para la cartera de créditos
- Ubicación Geográfica estratégica

DEBILIDADES

- No existe un plan de elaborado
- Sistema de control de ingresos limitado
- Poco personal
- Desconocimiento de una comercialización y rentabilidad

AMENAZAS

- Competencia con clientela fija
- Bodegas no muy amplias para el almacenamiento del producto
- Optimizar los costos y gastos de la Distribución

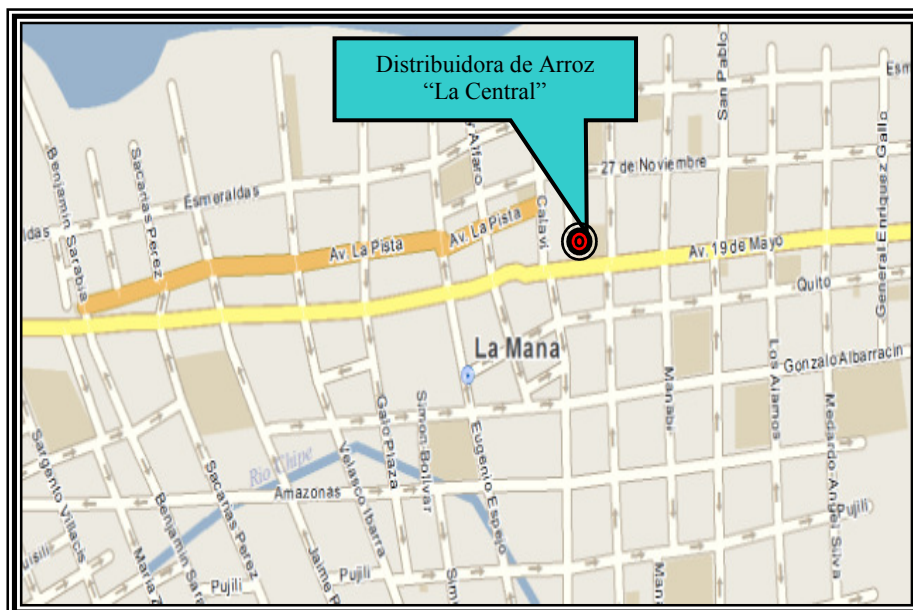
3.6.1.2. Imagen Corporativa



Fuente Distribuidora de Arroz Katherine
Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.6.1.3. Ubicación geográfica de la Distribuidora de estudio

GRÁFICO # 28



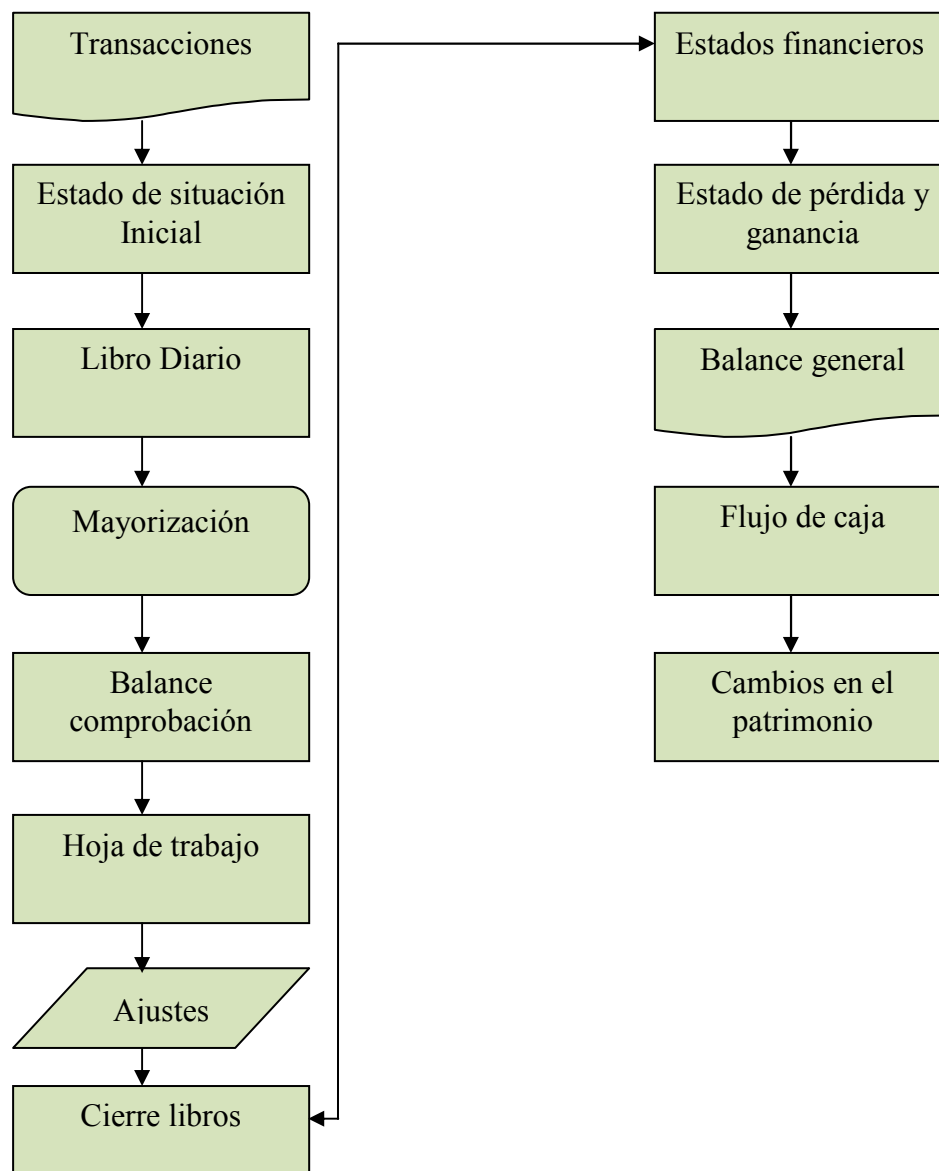
3.6.2. Estados Financieros

3.6.2.1. Flujograma del proceso contable

La Distribuidora Katherine, proporciona información oportuna y fiable puesto que obligadamente debe presentar balances anuales de todos los movimientos económicos ya que dentro de sus obligaciones tributarias está obligada a llevar contabilidad.

DISTRIBUIDORA DE ARROZ KATHERINE

GRÁFICO # 29



Fuente Distribuidora de Arroz Katherine
Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.6.2.2. Estado de Situación Inicial

DISTRIBUIDORA DE ARROZ KATHERINE

ESTADO DE SITUACION INICIAL

AL 1 DE ENERO DEL 2011.

1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja		\$ 750,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$ 100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$ 2.100,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 2005006598	\$ 1.250,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201009654	\$ 850,00	
1.1.02.01	Inventario de Arroz		\$ 6.000,00
1.1.01.04	Clientes		\$ 2.480,00
1.1.01.04.01	MIES	\$ 700,00	
1.1.01.04.02	Municipio	\$ 900,00	
1.1.01.04.03	INFA	\$ 400,00	
1.1.01.04.04	Tienda Zoilita	\$ 280,00	
1.1.01.04.05	Tienda 2 Hermanos	\$ 200,00	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
1.2.02.01	Muebles de Oficina		\$ 3.300,00
1.2.02.04	Tableros	\$ 600,00	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tableros	\$ 60,00	
1.2.02.06	Perchas	\$ 800,00	
1.2.02.07	(-) Depreciación Acumulada Pechas	\$ 80,00	
1.2.02.08	Escritorio	\$ 900,00	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio	\$ 90,00	
1.2.02.10	Equipos de Computación	\$ 1.000,00	
1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	\$ 333,30	
1.2.02.02	Edificios		\$ 65.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios		\$ 3.250,00
1.2.02.12	Vehículos		\$ 32.000,00
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehiculos		\$ 6.400,00
	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 101.516,70
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		\$ 6.500,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar ADPA LITORAL	\$ 6.500,00	
	TOTAL DEL PASIVO		\$ 6.500,00
3	PATRIMONIO		
3.1.01	Capital Social		\$ 95.016,70
	TOTAL DE PATRIMONIO		\$ 95.016,70
	TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 101.516,70

GERENTE

CONTADOR

3.6.2.3. Balance General

DISTRIBUIDORA DE ARROZ KATHERINE
BALANCE GENERAL
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja		\$ 3.260,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$ 100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$ 11.970,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 2005006598	\$ 6.450,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201009654	\$ 5.520,00	
1.1.02.01	Inventario de Arroz		\$ 7.800,00
1.1.01.04	Clientes		\$ 5.850,00
1.1.01.04.01	MIES	\$ 950,00	
1.1.01.04.02	Municipio	\$ 1.850,00	
1.1.01.04.03	INFA	\$ 1.050,00	
1.1.01.04.04	Tienda Zoilita	\$ 950,00	
1.1.01.04.05	Tienda 2 Hermanos	\$ 1.050,00	
1.1.01.05	Provisión para Cuentas Incobrables		\$ 58,50
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
1.2.02.01	Muebles de Oficina		\$ 2.300,00
1.2.02.04	Tableros	\$ 600,00	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tableros		\$ 120,00
1.2.02.06	Perchas	\$ 800,00	
1.2.02.07	(-) Depreciación Acumulada Perchas		\$ 160,00
1.2.02.08	Escritorio	\$ 900,00	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio		\$ 180,00
1.2.02.10	Equipos de Computación		\$ 1.000,00
1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo		\$ 666,60
1.2.02.02	Edificios		\$ 65.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios		\$ 6.500,00
1.2.02.12	Vehículos		\$ 32.000,00
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos		\$ 12.800,00
	TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$ 108.794,90</u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		\$ 1.954,62
2.1.01.01	Cuentas por pagar ADPA litoral	\$ 1.954,62	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar		\$ 56,10
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar		\$ 72,90
2.1.08	Retenciones en la fuente por pagar 1 %		\$ 216,67
2.1.11	Retenciones en la fuente por pagar 10 %		\$ 4,00
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%		\$ 4,80
2.1.06	Provisión décimo tercer sueldo		\$ 50,00
2.1.07	Provisión décimo cuarto sueldo		\$ 440,00
2.1.08	Provisión Fondos de reserva		\$ 50,00
2.1.09	Provisión Vacaciones		\$ 25,00
2.1.16	Participación a los Trabajadores		\$ 1.635,62
2.1.17	Impuesto a la Renta por Pagar		\$ 2,92
	TOTAL DEL PASIVO		<u>\$ 4.512,63</u>

3	PATRIMONIO	
3.1.01	Capital Social	\$ 95.016,70
3.2.01	Reserva Legal	\$ 926,56
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$ 8.339,01
	TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 104.282,27
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 108.794,90</u>

GERENTE

CONTADOR

3.6.2.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

DISTRIBUIDORA DE ARROZ KATHERINE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas de Arroz	\$ 260.000,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$ 221.000,00	
3.3.01	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 39.000,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	Gastos Administrativos		\$ 21.045,89
5.1.01	Gastos Sueldos de Empleados	\$ 7.200,00	
5.1.02	Gastos Honorarios Profesionales	\$ 480,00	
5.1.05	Gastos Aporte Patronal	\$ 874,80	
5.1.06	Gastos Décimo Tercer Sueldo	\$ 600,00	
5.1.07	Gastos Décimo Cuarto Sueldo	\$ 528,00	
5.1.09	Gastos Vacaciones	\$ 300,00	
5.1.08	Gastos Fondos de Reserva	\$ 599,79	
5.1.15.01	Depreciación de edificios	\$ 3.250,00	
5.1.15.02	Depreciación de muebles de oficina	\$ 230,00	
5.1.15.04	Depreciación de equipos de computo	\$ 333,30	
5.1.15.05	Depreciación de vehículos	\$ 6.400,00	
5.1.11	Gastos de Servicios Básico	\$ 250,00	
5.2	Gastos de Ventas		\$ 7.050,00
5.2.1	Gastos Publicidad	\$ 350,00	
5.2.2	Gastos Lubricantes y Combustible	\$ 2.200,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$ 1.800,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$ 2.700,00	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$ 10.904,11
2.1.16	15% Utilidad para Trabajadores		\$ 1.635,62
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICIP. TRABAJADORES		\$ 9.268,49
2.1.17	DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$ 2,92
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$ 9.265,57
3.02.01	10% RESERVA LEGAL		\$ 926,56
3.3.03	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		<u>\$ 8.339,01</u>

GERENTE

CONTADOR

3.6.2.5. Costo De Ventas

Fórmula:

$$\text{Inventario inicial} + \text{Compras Netas} - \text{Inventario Final} = \text{Costo}$$

COSTO DE PRODUCTO VENDIDO	
Inventario Inicial	6000,00
Compras netas	222800,00
(-) Inventario Final	7800,00
COSTO DE VENTAS	221000,00

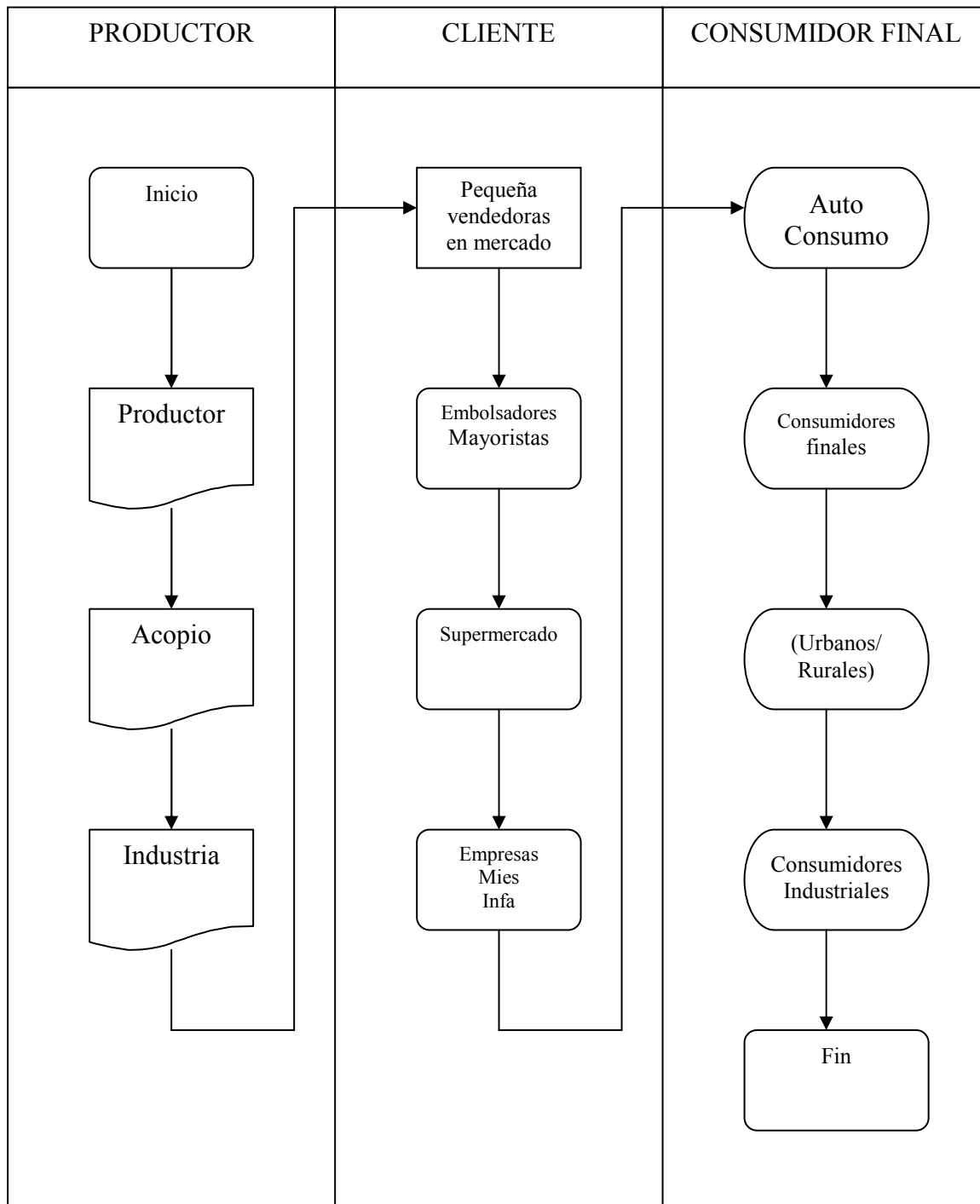
3.6.2.6. Flujo de Caja de la Distribuidora de Arroz Katherine con proyección a 5 años

Cuentas	COSTOS	AÑOS				
	PREOPERACIONALES	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos ventas		\$ 260.000,00	\$ 286.000,00	\$ 314.600,00	\$ 346.060,00	\$ 380.666,00
Ingresos Clientes		\$ 5.850,00	\$ 6.435,00	\$ 7.078,50	\$ 7.786,35	\$ 8.564,99
Total de ingresos operacionales		\$ 265.850,00	\$ 292.435,00	\$ 321.678,50	\$ 353.846,35	\$ 389.230,99
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Comercialización		\$ 221.000,00	\$ 243.100,00	\$ 267.410,00	\$ 294.151,00	\$ 323.566,10
Gastos de administración		\$ 21.045,89	\$ 23.150,48	\$ 25.465,53	\$ 28.012,08	\$ 30.813,29
Gastos de venta		\$ 7.050,00	\$ 7.755,00	\$ 8.530,50	\$ 9.383,55	\$ 10.321,91
Total		\$ 249.095,89	\$ 274.005,48	\$ 301.406,03	\$ 331.546,63	\$ 364.701,29
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 16.754,11	\$ 18.429,52	\$ 20.272,47	\$ 22.299,72	\$ 24.529,69
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo			\$ 15.115,57	\$ 31.742,69	\$ 50.032,53	\$ 70.151,35
Total ingresos no operacionales			\$ 15.115,57	\$ 31.742,69	\$ 50.032,53	\$ 70.151,35
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Equipo de Producción	\$ 32.000,00					
Obra civil (Edificios)	\$ 65.000,00					
Equipos de oficina	\$ 1.000,00					
Muebles de oficina	\$ 2.300,00					
Capital de trabajo	\$ 10.817,37					
Pago de impuesto a la renta		\$ 2,92	\$ 3,22	\$ 3,54	\$ 3,89	\$ 4,28
Pago 15% a trabajadores		\$ 1.635,62	\$ 1.799,18	\$ 1.979,10	\$ 2.177,01	\$ 2.394,71
Total de egresos no operacionales	\$ 111.117,37	\$ 1.638,54	\$ 1.802,40	\$ 1.982,63	\$ 2.180,90	\$ 2.398,99
F. FLUJO NO OPERACIONAL	-\$ 111.117,37	-\$ 1.638,54	\$ 13.313,17	\$ 29.760,06	\$ 47.851,63	\$ 67.752,37
G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$ 111.117,37	\$ 15.115,57	\$ 31.742,69	\$ 50.032,53	\$ 70.151,35	\$ 92.282,06
TASA DE DESCUENTO	20%					
VAN			\$ 23.393,28			
TIR			27%			

3.6.3. Comercialización

3.6.3.1. Flujo grama de Comercialización

GRÁFICO # 30



Fuente Distribuidora Katherine

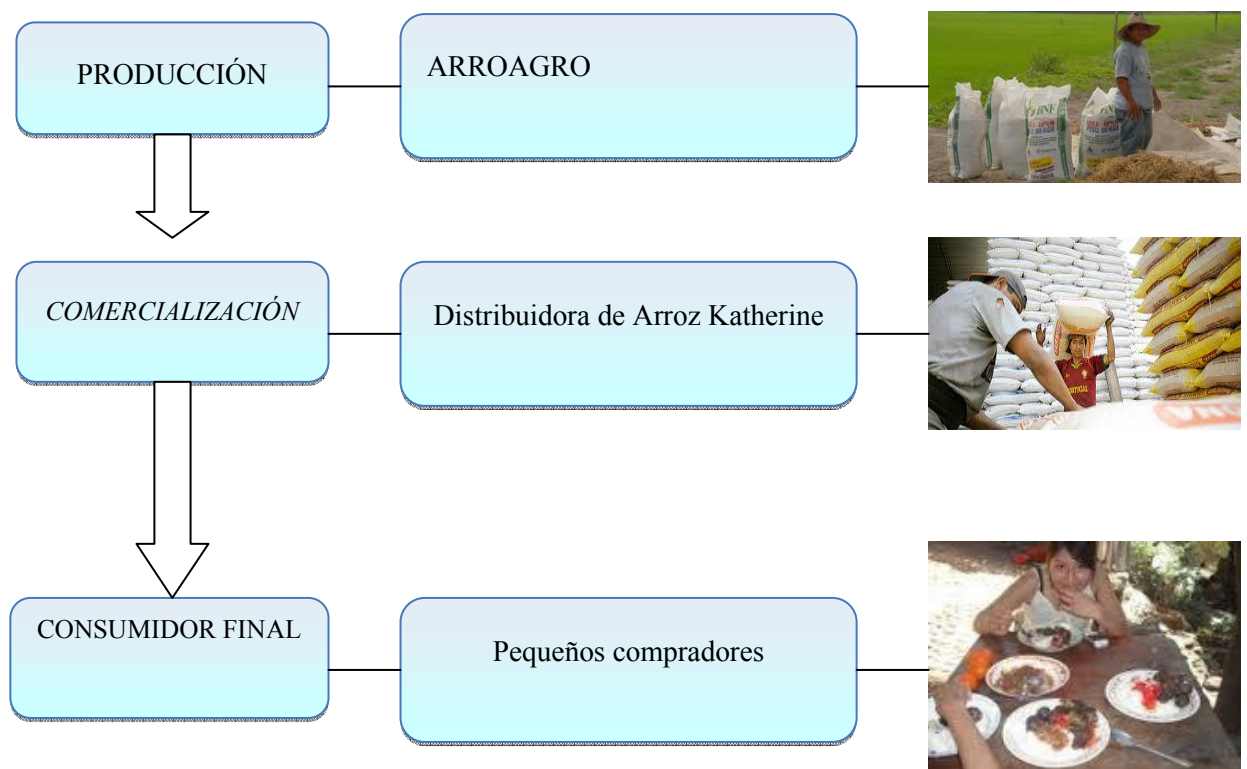
Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.6.3.2. Comercialización directa

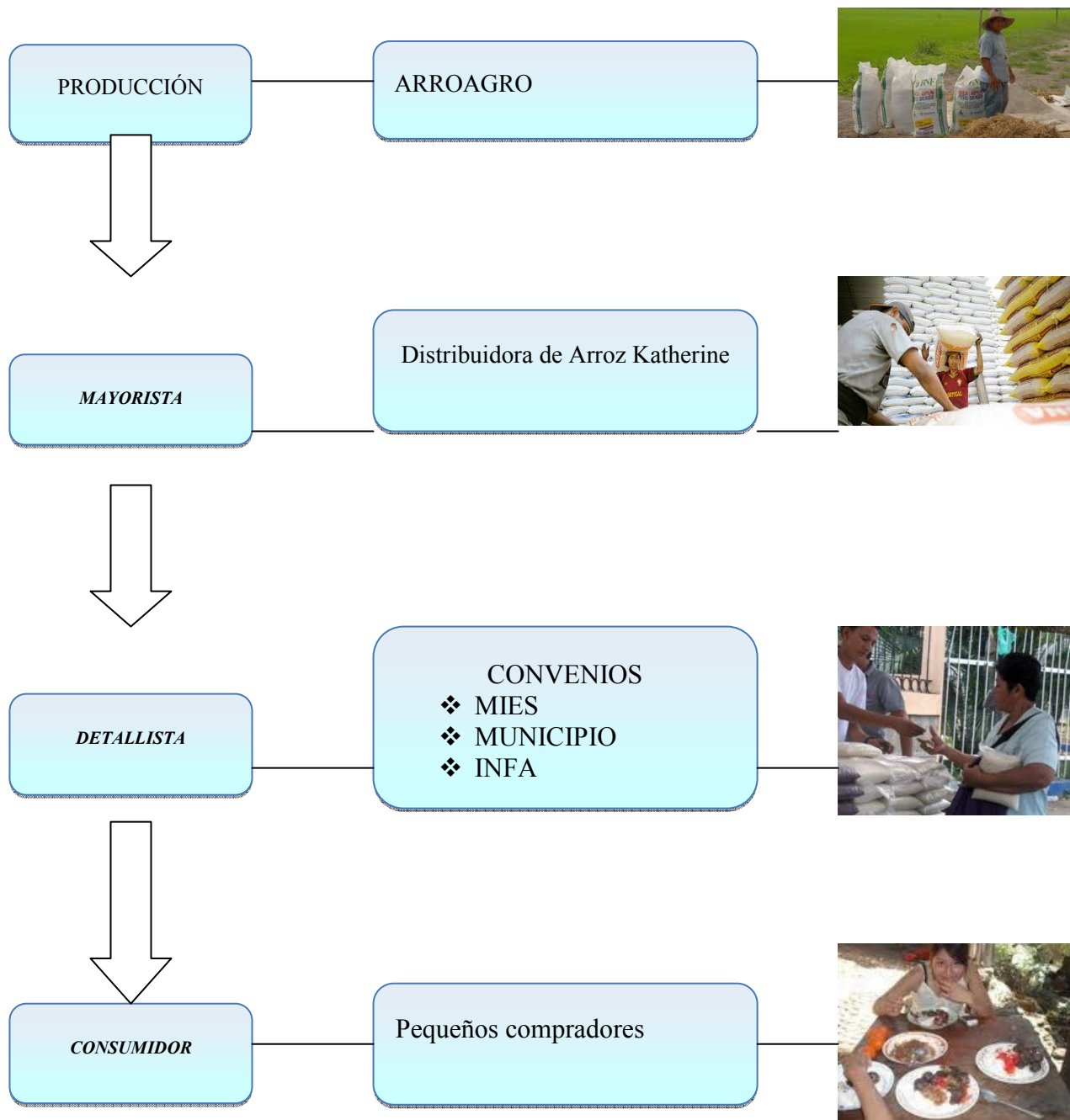
La Distribuidora de arroz Katherine mediante el estudio realizado se determina que utiliza el canal de comercialización directo como el canal indirecto para la comercialización de su producto.

A continuación se muestra de manera general el proceso de comercialización mediante canales directos e indirectos.

a) Canal directo

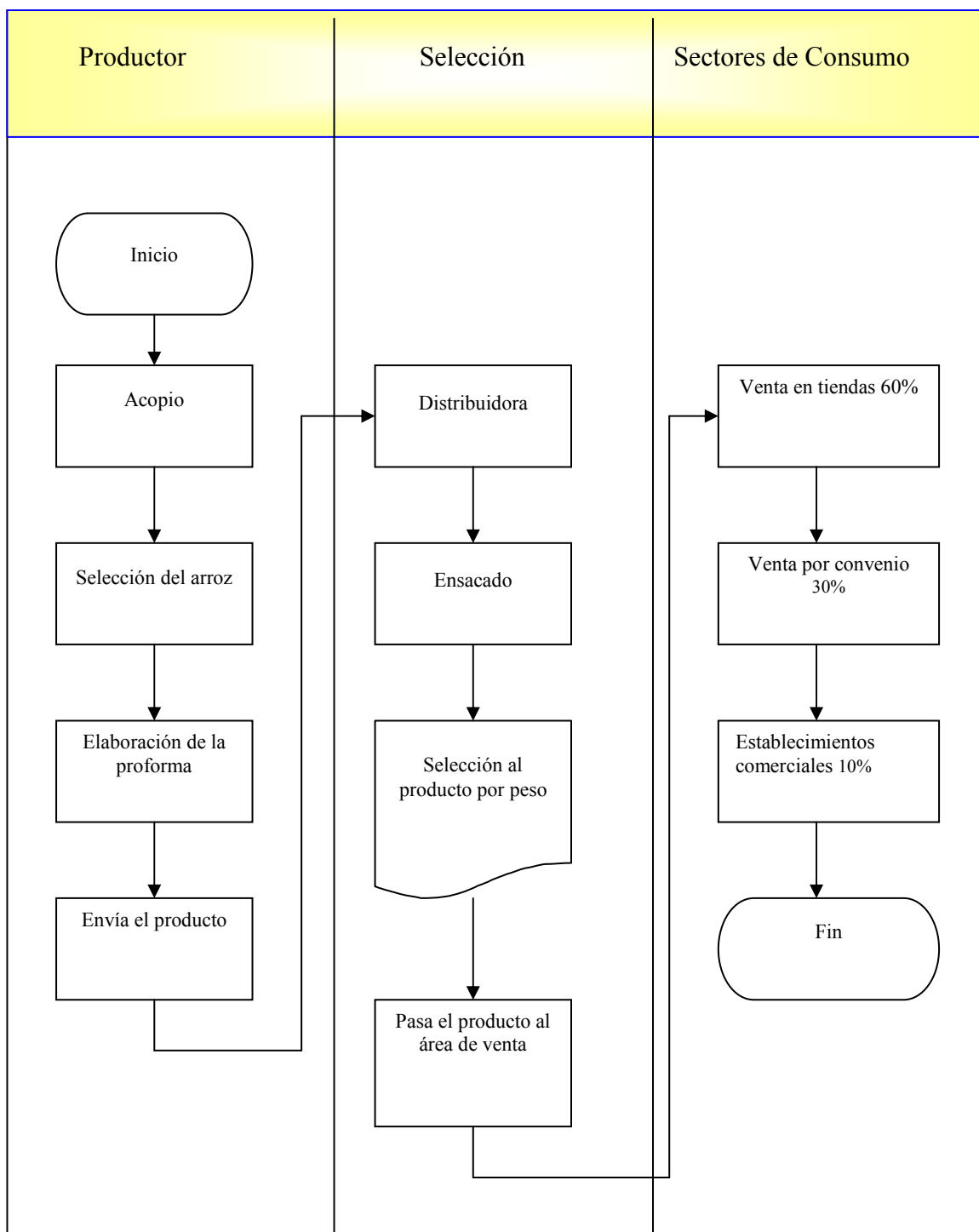


b) Canal Indirecto



3.6.3.3. Flujograma de Distribución

GRÁFICO # 31

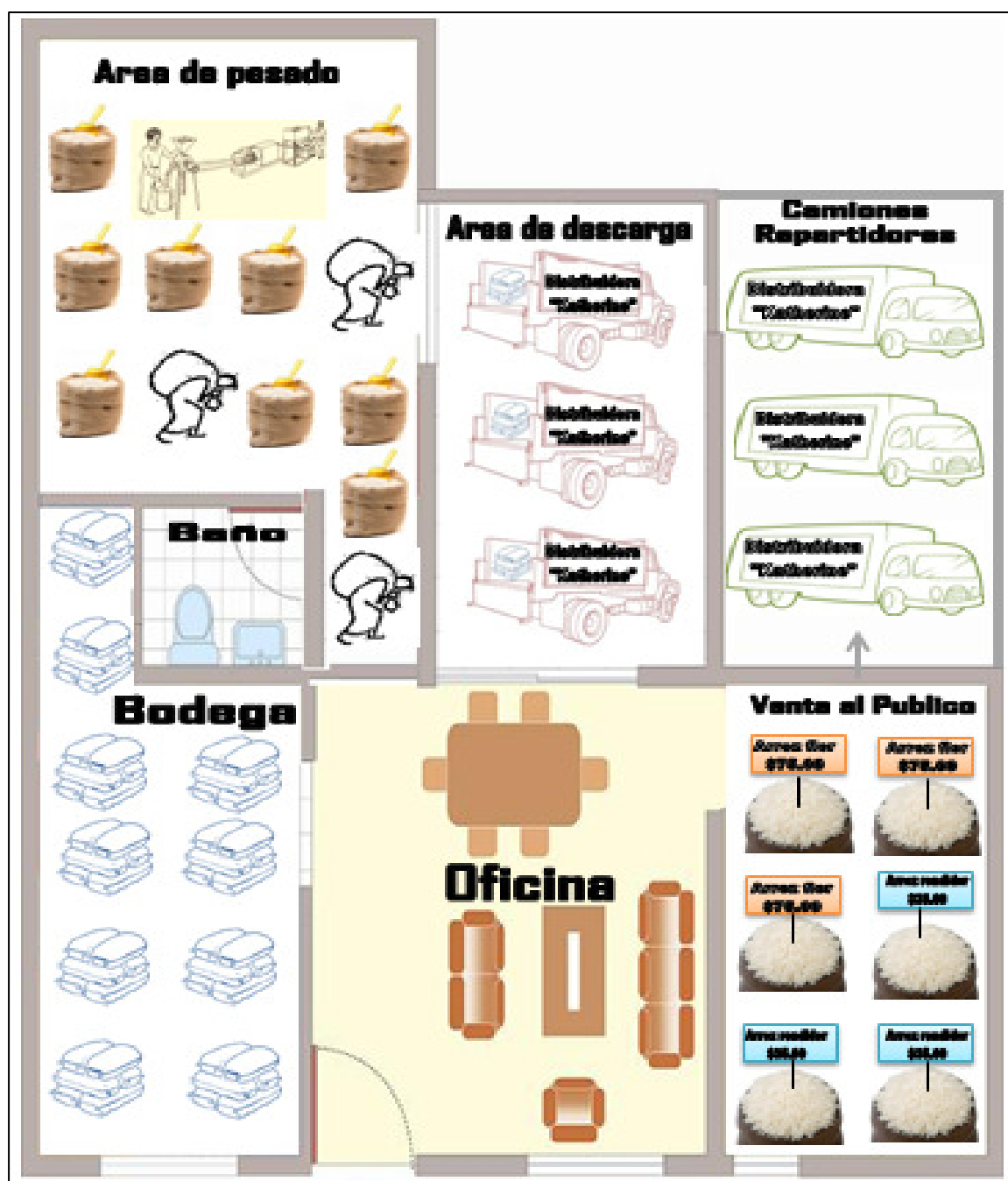


Fuente Distribuidora de arroz Katherine

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.6.3.4. Distribución de la Planta

GRÁFICO # 32



Fuente Distribuidora de arroz Katherine

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.6.4. Análisis de indicadores financieros de la Distribuidora de Arroz Katherine

3.6.4.1. Índices de Liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.

a) Razón Corriente

FÓRMULA		
1.- Razón corriente		
	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	
	$\frac{15.330,00}{4.512,63}$	3,40

El análisis de la razón corriente quiere decir que la Distribuidora en su razón corriente para el año 2011 nos demuestra claramente que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos corrientes. Esto quiere decir que el activo corriente es de 3,40 corto plazo. Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa de pagar sus deudas.

b) Prueba acida

FÓRMULA		
2.- Prueba del acido		
	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$	
	$\frac{7.530,00}{4.512,63}$	1,67

En base a los resultados de la prueba acida podemos determinar que para el año 2011 La Distribuidora Katherine tiene el 1,67 lo que quiere decir que cuenta con \$1.67 para cubrir un dólar de deuda.

c) Periodo promedio de cobranza

FÓRMULA		
1,-Periodo promedio de cobranza		
$\frac{\text{Cuentas por cobrar* días del año}}{\text{Ventas anuales a crédito}}$		
	$\frac{2.106.000,00}{260.000,00}$	8,10

A través de este análisis podemos darnos cuenta el largo tiempo de espera para que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo es de 8 días para recuperar los valores de los créditos otorgados a los clientes.

d) Rotación De cuentas por Cobrar

FÓRMULA		
2,- Días de cobro		
$\frac{\text{Ventas anuales a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$		
	$\frac{260.000,00}{5.85000}$	44.44

Este ratio permite vislumbrar la rotación de las cuentas por cobrar en este caso la Distribuidora de arroz Katherine tiene un periodo de rotación correspondiente a 44 días

3.6.4.2. Índices de Productividad

Los índices de productividad permiten al administrador controlar el desempeño de la empresa, en particular, para detectar algún cambio en la productividad de la empresa.

a) Margen de utilidad

FÓRMULA		
1,-Margen de utilidad		
$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$		
	<u>8.339,01</u>	3,21%
	260.000,00	

Mediante el índice de productividad aplicando las fórmulas para verificar el margen de utilidad podemos determinar que Distribuidora Katherine ha generado utilidades equivalentes al 3,21% se puede apreciar que las utilidades que genera el negocio son buenas lo que quiere decir que por cada UM que vendió la distribuidora tubo una utilidad del 3,21% este ratio permite evaluar si el trabajo hecho en la operación durante el periodo de análisis, está produciendo una adecuada retribución para el empresario

b) Margen Bruto

FÓRMULA		
2,-Margen de utilidad bruta		
$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$		
	<u>39.000,00</u>	15%
	260.000,00	

Este ratio financiero determina cuanto se ha obtenido por cada dólar vendido luego de descontar el valor de ventas los resultados obtenidos en la distribuidora refleja 15 %.

c) Margen de Operación

FÓRMULA	
3,-Margen de operación	
$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$	
	$\frac{10.904,11}{26.000,00} \quad 4,19\%$

El resultado que nos brinda la realización de este ratio financiero nos muestra que los ingresos que adquieren la distribuidora después de pagarlos gastos administrativos y de venta corresponden al 4,19%.

3.6.4.3. Índices de Rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

a) Tasa de rendimiento sobre inversiones en activos

FÓRMULA	
1,-Tasa de rendimiento sobre las inversiones en activos.	
$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{promedio de activos totales}}$	
	$\frac{8.339,01}{108.794,90} \quad 7,66\%$

Quiere decir, que cada UM invertido en los activos produjo ese año un rendimiento de 7,66% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

b) Tasa de rendimiento sobre el patrimonio

FÓRMULA		
2,-Tasa de rendimiento sobre el patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Patrimonio		
	<u>8.339,01</u>	8%
	104.282,27	

Esto significa que por cada UM que el dueño mantiene genera un rendimiento del 8 % sobre el patrimonio. Es decir, mide la capacidad de la distribuidora para generar utilidad a favor del propietario.

3.6.4.4. Índices de Endeudamiento

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, ya que estas deudas comprometen la distribuidora.

a) Razón de patrimonio a pasivo

FÓRMULA		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	<u>104.282,27</u>	23,11
	4.512,63	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo Distribuidora Katherine cuenta con 23,11 de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones.

c) Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA		
3.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	<u>104.282,27</u>	0,96
	108.794,90	

La razón de patrimonio sobre el activo el pasivo es inferior a los activos de la empresa lo que representa la posibilidad de que la distribuidora pueda financiarse con capital propio en este caso se reduce al 0,96 %.

d) Razón de pasivo a activo

FÓRMULA		
4.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo		
	<u>4.512,63</u>	0,04
	108.794,90	

Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la distribuidora, el resultado obtenido para este año es del 0.04 lo que refleja que la situación financiera de Distribuidora de Arroz Katherine es estable.

3.6.5. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN), es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivo y el valor actual del costo inicial, erogado en efectivo, de un proyecto de desembolso de capital.

VAN empresa = \$ 23.393,28

El VAN arroja valores positivos, lo que demuestra una vez más la rentabilidad De la distribuidora.

3.6.6. Tasa Interna De Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo, hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

TIR empresa = 27%

3.6.7. Informe De Rentabilidad

Sra.

Katherine Cabrera

GERENTE PROPIETARIA DE DISTRIBUIDORA DE ARROZ KATHERINE

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad hacer de su conocimiento que una vez realizado los análisis financieros pertinentes a su distribuidor procedemos a rendir el informe correspondiente el mismo que detallamos a continuación.

A través de la presente hemos podido determinar los índices de liquidez que posee la empresa así como el proceso de Comercialización, canales de distribución además mediante el análisis de los ratios financieros determinamos la rentabilidad que la misma genera por lo cual podemos determinar los siguientes valores Incide de liquidez 3.40 % ,Margen de Utilidad 3.21%, Rendimiento 8%.

La distribuidora de Arroz Katherine, tiene como fortaleza principal los convenios que mantiene a largo plazo con entidades públicas los que garantizan la venta el poseer local propio es otra de sus fortalezas como la facilidad que le brinda a sus clientes para la distribución de sus pedidos ya que posee transporte, como oportunidad principal la utilización de trabajadores familiar hace que los costos en mano de obra sean menores lo que aumenta la productividad como debilidad encontramos que no posee un sistema

de control de dinero como tampoco un plan mercado la principal amenaza que Distribuidora de Arroz Katherine posee el que la competencia posee clientela fija lo que impide mayor captación del producto en el mercado.

Es importante hacer de su conocimiento que dados los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa presenta una condición estable con un margen de utilidad que le garantiza los estándares de competitividad y como se aprecia en las proyecciones mantiene un rango de crecimiento notorio.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Natalia Soledad Cunuhay Pastueña
INVESTIGADORA

3.7. Distribuidora La Central

3.7.1. Antecedentes

Distribuidora de arroz la Central es una empresa que tiene varios años está ubicado en la Av. 19 de Mayo y Calabí, su presencia en el mercado ha sido muy notable pero no así su crecimiento ya que conserva los mismos estándares iniciales.

3.7.1.1. Análisis Situacional FODA

FORTALEZAS

- Calidad en la atención al cliente
- Posee los precios más bajos del mercado
- Local propio
- Convenios con pequeños distribuidores

OPORTUNIDADES

- Inversiones mínima con índices de rentabilidad
- Ubicación estratégica que facilita la compra - venta
- Convenio y pedidos con Empresas y comercios
- Entrega a tiempo

DEBILIDADES

- No existe un plan de elaborado
- Sistema de control de ingresos limitado
- sistema contable de bajo nivel
- Desconocimiento de una comercialización y rentabilidad

AMENAZAS

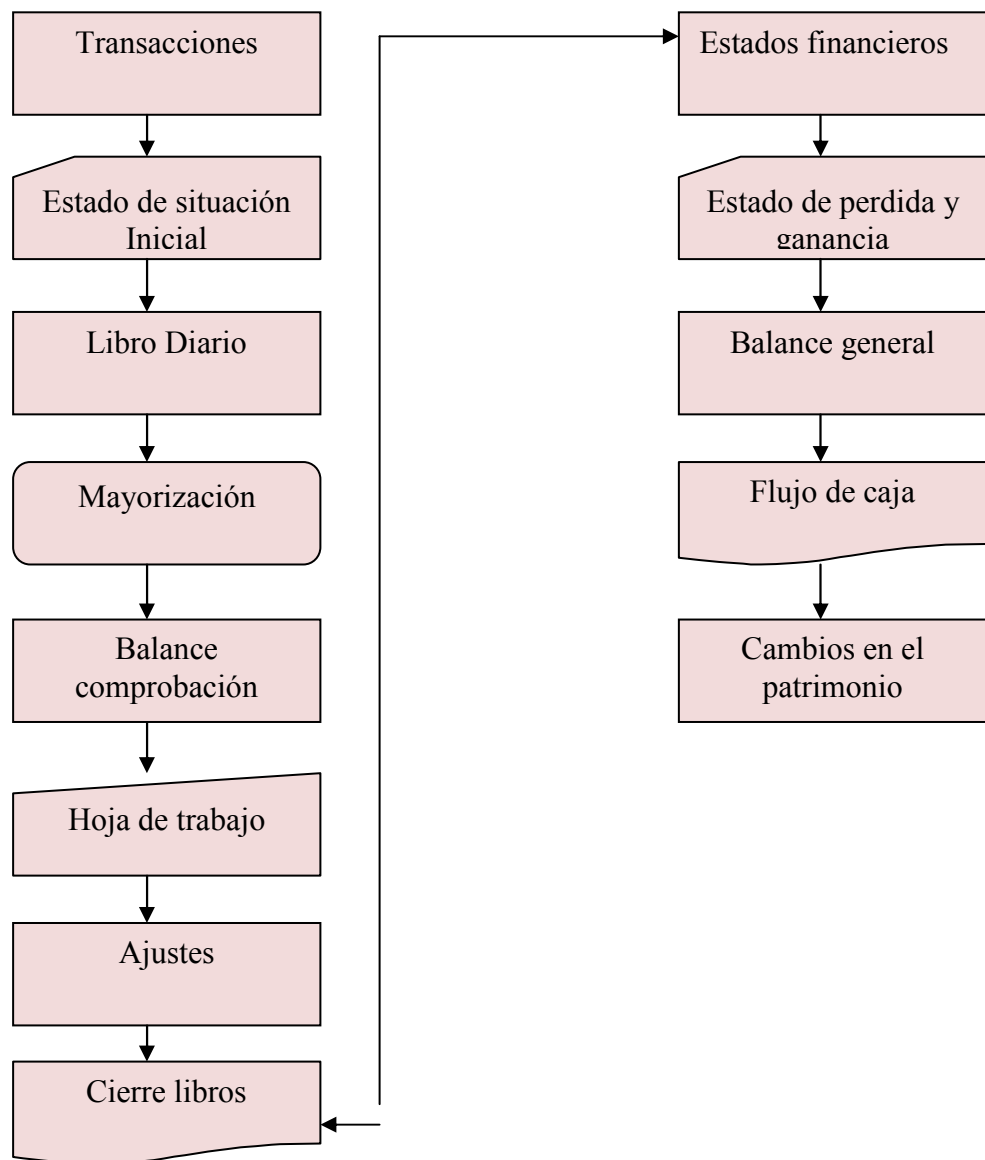
3.7.2. Estados Financieros

3.7.2.1. Flujograma del proceso contable

La Distribuidora de Arroz la Central nos da la oportunidad de conocer la información de sus cuentas a través de los documentos que muy gentilmente nos facilito la documentación que posee.

DISTRIBUIDORA DE LA CENTRAL

GRÁFICO # 34



Fuente Distribuidora La Central
Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.7.2.2. Estado de Situación Inicial

DISTRIBUIDORA DE ARROZ "LA CENTRAL"
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2011.

1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja		\$ 1.250,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$ 100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$ 1.910,00
1.1.01.03.01	Cta Corriente del Banco Pichincha # 2045893267	\$ 1.050,00	
1.1.01.03.02	Cta de Ahorros Coop. Cacpeco # 060201009657	\$ 860,00	
1.1.02.01	Inventario de Arroz		\$ 4.500,00
1.1.01.04	Clientes		\$ 1.700,00
1.1.01.04.01	Tienda Manguila	\$ 950,00	
1.1.01.04.02	Tienda Guasaganda	\$ 750,00	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
1.2.02.01	Muebles de Oficina		\$ 840,00
1.2.02.04	Tableros	\$ 240,00	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tableros		\$ 24,00
1.2.02.08	Escritorio	\$ 600,00	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio		\$ 60,00
1.2.02.02	Edificios		\$ 25.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios		\$ 1.250,00
1.2.02.12	Vehículos		\$ 18.000,00
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos		\$ 3.600,00
	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 48.366,00
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		\$ 639,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar FEDE ARROZ	\$ 639,00	
	TOTAL DEL PASIVO		\$ 639,00
3	PATRIMONIO		
3.1.01	Capital Social		\$ 47.727,00
	TOTAL DE PATRIMONIO		\$ 47.727,00
	TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 48.366,00

GERENTE

CONTADOR

3.7.2.3. Balance General

DISTRIBUIDORA DE ARROZ "LA CENTRAL"

BALANCE GENERAL

DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja		\$ 4.200,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$ 100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$ 11.861,83
1.1.01.03.01	Cta Corriente del Banco Pichincha # 2045893267	\$ 6.850,00	
1.1.01.03.02	Cta de Ahorros Coop. Cacpeco # 060201009657	\$ 5.011,83	
1.1.02.01	Inventario de Arroz		\$ 8.500,00
1.1.01.04	Clientes		\$ 3.750,00
1.1.01.04.01	Tienda Manguila	\$ 2.500,00	
1.1.01.04.02	Tienda Guasaganda	\$ 1.250,00	
1.1.01.05	Provisión para Cuentas Incobrables		\$ 37,50
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
1.2.02.01	Muebles de Oficina		\$ 840,00
1.2.02.04	Tableros	\$ 240,00	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tableros		\$ 48,00
1.2.02.08	Escritorio	\$ 600,00	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio		\$ 120,00
1.2.02.02	Edificios		\$ 25.000,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios		\$ 2.500,00
1.2.02.12	Vehículos		\$ 18.000,00
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos		\$ 7.200,00
	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 62.346,33
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		\$ 2.500,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar FEDE ARROZ	\$ 2.500,00	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar		\$ 56,10
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar		\$ 72,90
2.1.08	Retenciones en la fuente por pagar 1 %		\$ 183,33
2.1.11	Retenciones en la fuente por pagar 10 %		\$ 4,00

2.1.07	IVA retenido por pagar 100%	\$ 4,80
2.1.06	Provisión décimo tercer sueldo	\$ 50,00
2.1.07	Provisión décimo cuarto sueldo	\$ 440,00
2.1.08	Provisión Fondos de reserva	\$ 50,00
2.1.09	Provisión Vacaciones	\$ 25,00
2.1.16	Participación a los Trabajadores	\$ 1.684,98
2.1.17	Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 16,91
	TOTAL DEL PASIVO	\$ 5.088,02

3 PATRIMONIO

3.1.01	Capital Social	\$ 47.727,00
3.2.01	Reserva Legal	\$ 953,13
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$ 8.578,18
	TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 57.258,31
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 62.346,33

GERENTE

CONTADOR

3.7.2.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

DISTRIBUIDORA DE ARROZ "LA CENTRAL"
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas de Arroz	\$220.000,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$187.000,00	
3.3.01	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$33.000,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	Gastos Administrativos		\$15.766,80
5.1.01	Gastos Sueldos de Empleados	\$7.200,00	
5.1.02	Gastos Honorarios Profesionales	\$480,00	
5.1.05	Gastos Aporte Patronal	\$874,80	
5.1.06	Gastos Décimo Tercer Sueldo	\$600,00	
5.1.07	Gastos Décimo Cuarto Sueldo	\$528,00	
5.1.09	Gastos Vacaciones	\$300,00	
5.1.08	Gastos Fondos de Reserva	\$600,00	
5.1.15.01	Depreciación de edificios	\$1.250,00	
5.1.15.02	Depreciación de muebles de oficina	\$84,00	
5.1.15.05	Depreciación de vehículos	\$3.600,00	
5.1.11	Gastos de Servicios Básico	\$250,00	
5.2	Gastos de Ventas		\$6.000,00
5.2.1	Gastos Publicidad	\$500,00	
5.2.2	Gastos Lubricantes y Combustible	\$1.850,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$1.800,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$1.850,00	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$11.233,20
2.1.16	15% Utilidad para Trabajadores		\$1.684,98
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC. TRABAJADORES		\$9.548,22
2.1.17	DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$16,91
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$9.531,31
3.02.01	10% RESERVA LEGAL		\$953,13
3.3.03	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		<u>\$8.578,18</u>

GERENTE

CONTADOR

3.7.2.5. Costo De Ventas

Fórmula:

$$\text{Inventario inicial} + \text{Compras Netas} - \text{Inventario Final} = \text{Costo}$$

COSTO DE PRODUCTO VENDIDO	
Inventario Inicial	4.500,00
Compras netas	191.000,00
(-) Inventario Final	8.500,00
Costo de ventas	187,000,00

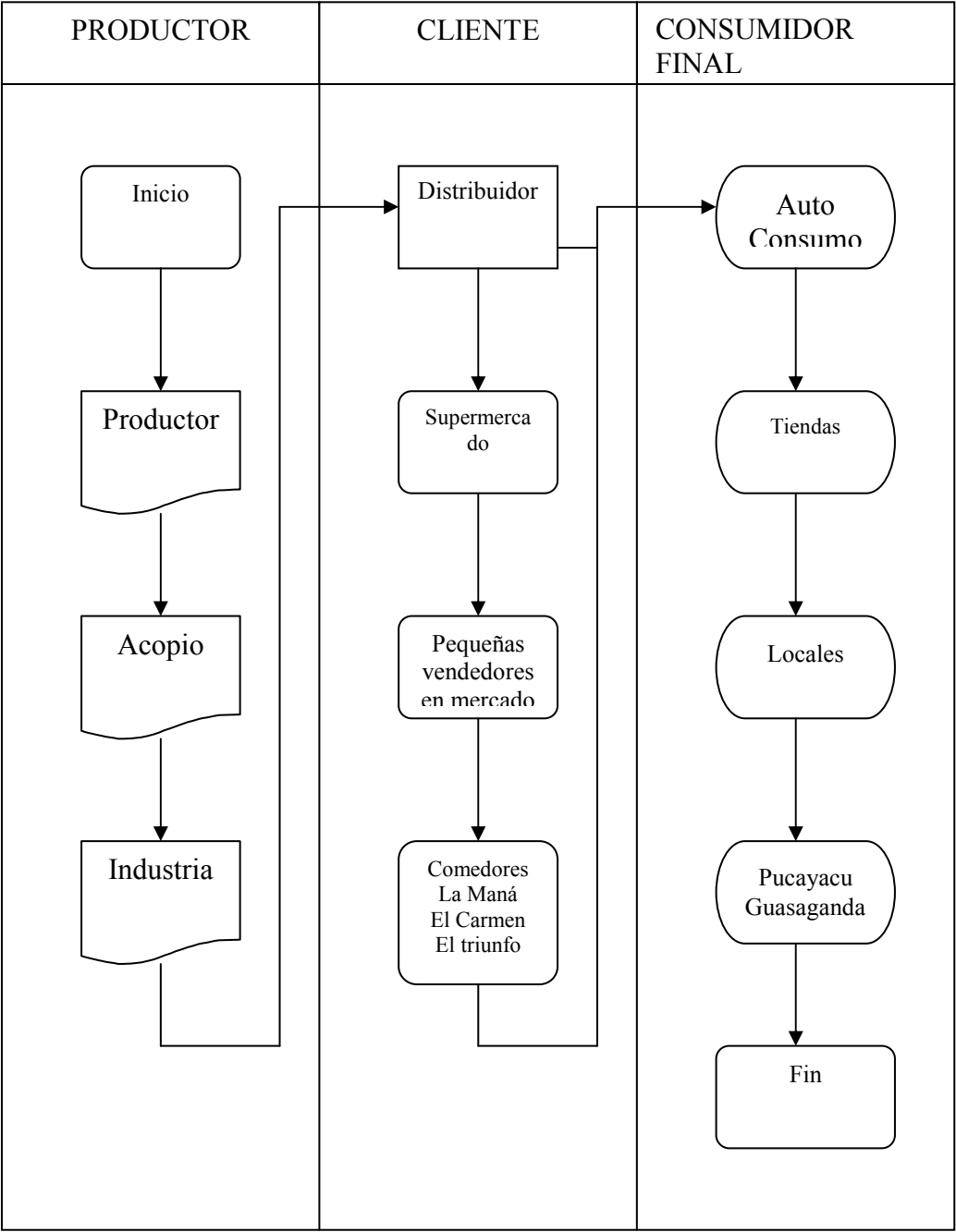
3.7.2.6. Flujo de Caja de la Distribuidora de Arroz Central con proyección a 5 años

CUENTAS	COSTOS	AÑOS				
	PREOPERACIONALES	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos ventas		\$220.000,00	\$242.000,00	\$266.200,00	\$292.820,00	\$322.102,00
Ingresos Clientes		\$3.750,00	\$4.125,00	\$4.537,50	\$4.991,25	\$5.490,38
Total de ingresos operacionales		\$223.750,00	\$246.125,00	\$270.737,50	\$297.811,25	\$327.592,38
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Comercialización		\$187.000,00	\$205.700,00	\$226.270,00	\$248.897,00	\$273.786,70
Gastos de administración		\$15.766,80	\$17.343,48	\$19.077,83	\$20.985,61	\$23.084,17
Gastos de venta		\$6.000,00	\$6.600,00	\$7.260,00	\$7.986,00	\$8.784,60
Total		\$208.766,80	\$229.643,48	\$252.607,83	\$277.868,61	\$305.655,47
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$14.983,20	\$16.481,52	\$18.129,67	\$19.942,64	\$21.936,90
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo			\$13.281,31	\$27.890,75	\$43.961,13	\$61.638,56
Total ingresos no operacionales			\$13.281,31	\$27.890,75	\$43.961,13	\$61.638,56
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Equipo de Producción	\$18.000,00					
Obra civil (Edificios)	\$25.000,00					
Muebles de oficina	\$840,00					
Capital de trabajo	\$11.073,81					
Pago de impuesto a la renta		\$16,91	\$18,60	\$20,46	\$22,51	\$24,76
Pago 15% a trabajadores		\$1.684,98	\$1.853,48	\$2.038,83	\$2.242,71	\$2.466,98
Total de egresos no operacionales	\$54.913,81	\$1.701,89	\$1.872,08	\$2.059,29	\$2.265,22	\$2.491,74
F. FLUJO NO OPERACIONAL	-\$54.913,81	-\$1.701,89	\$11.409,23	\$25.831,46	\$41.695,92	\$59.146,82
G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$54.913,81	\$13.281,31	\$27.890,75	\$43.961,13	\$61.638,56	\$81.083,72
TASA DE DESCUENTO	20%					
VAN			\$ 63.274,11			
TIR			52%			

3.7.3. Comercialización

3.7.3.1. Flujo grama de Comercialización

GRÁFICO # 35



Fuente: Distribuidora La Central

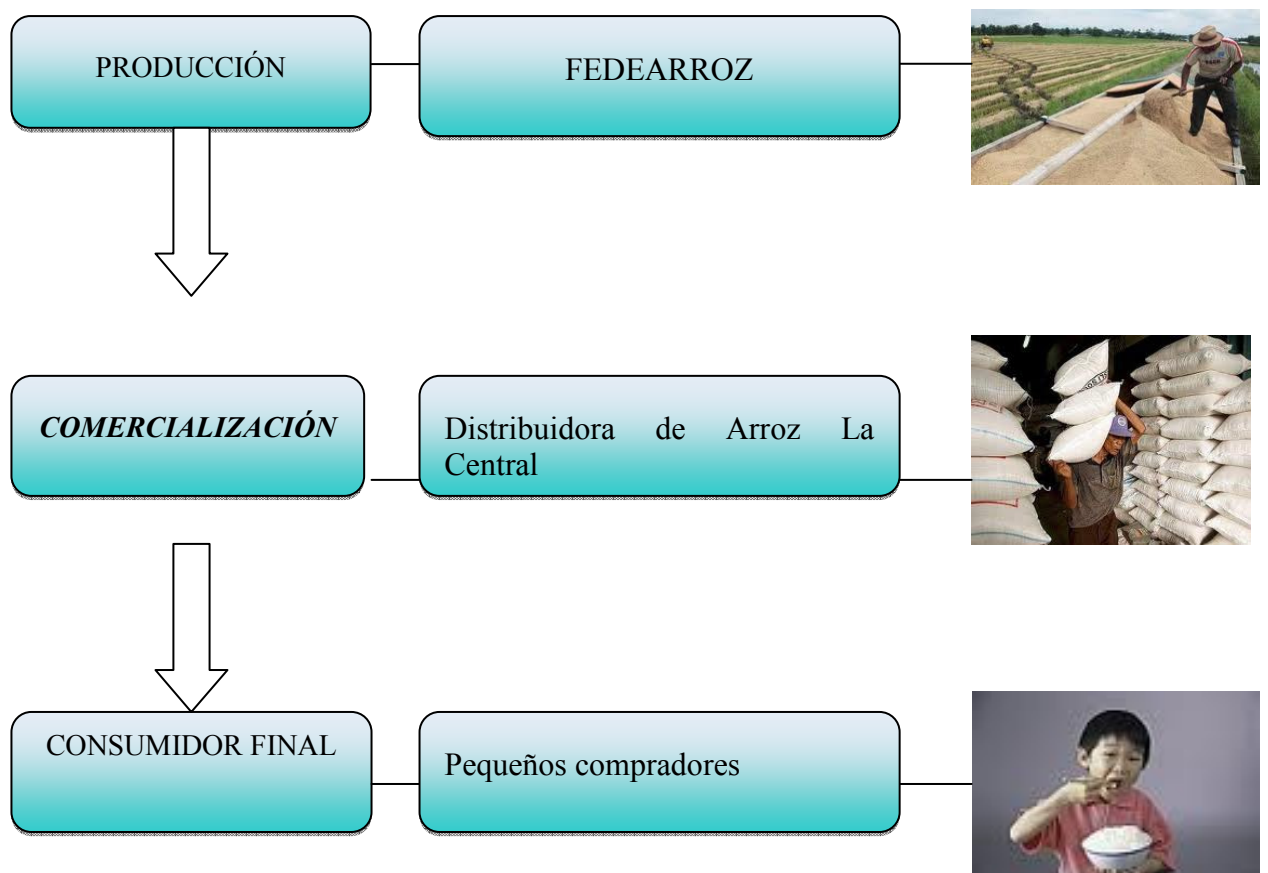
Elaborado por: Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.7.3.2. Comercialización directa

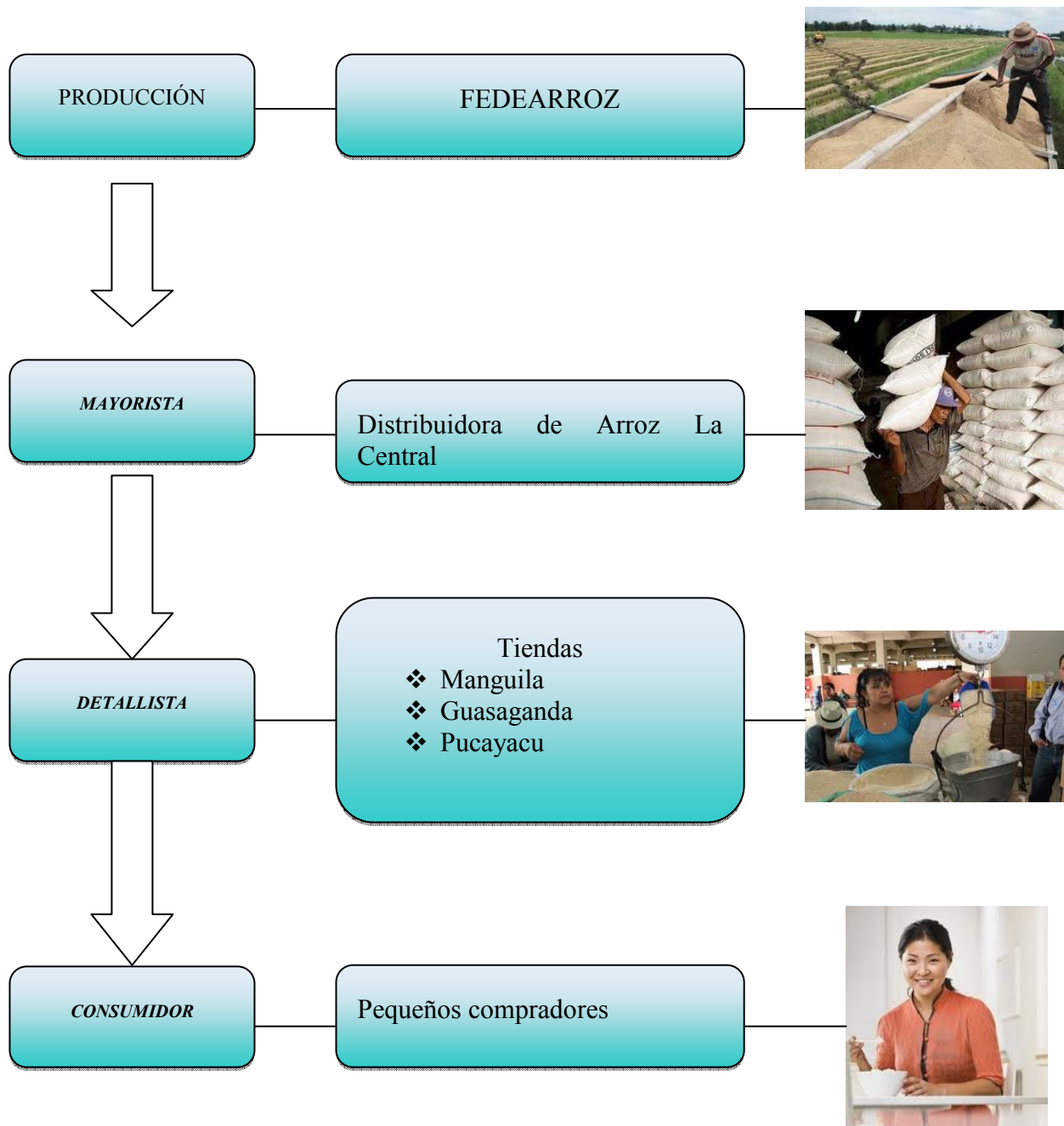
La Distribuidora de arroz la Central mediante el estudio realizado se determina que utiliza el canal de comercialización directo como el canal indirecto para la comercialización de su producto.

A continuación se muestra de manera general el proceso de comercialización mediante canales directos e indirectos.

a) Canal directo

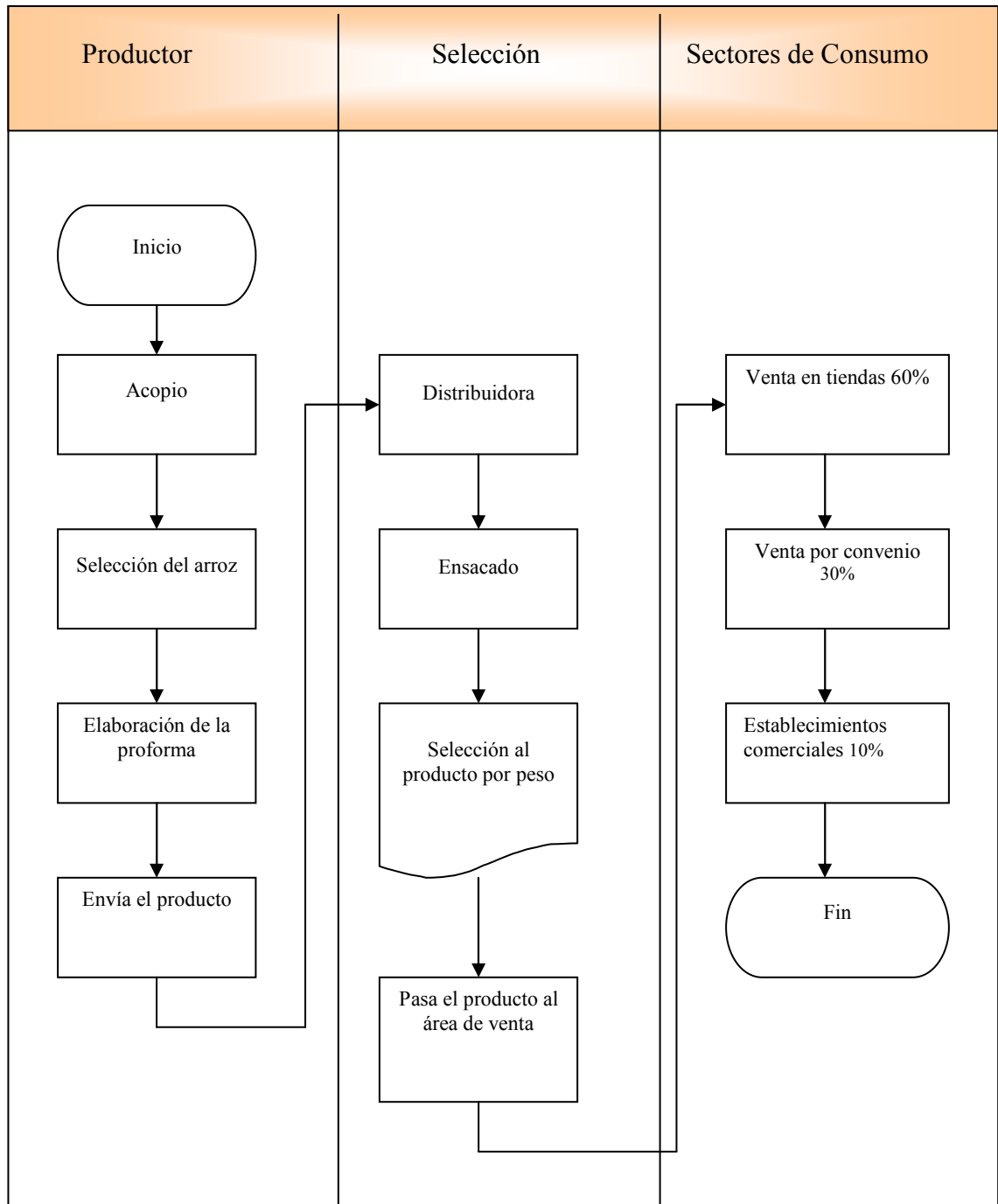


b) Canal Indirecto



3.7.3.3. Flujograma de Distribución

GRÁFICO # 36

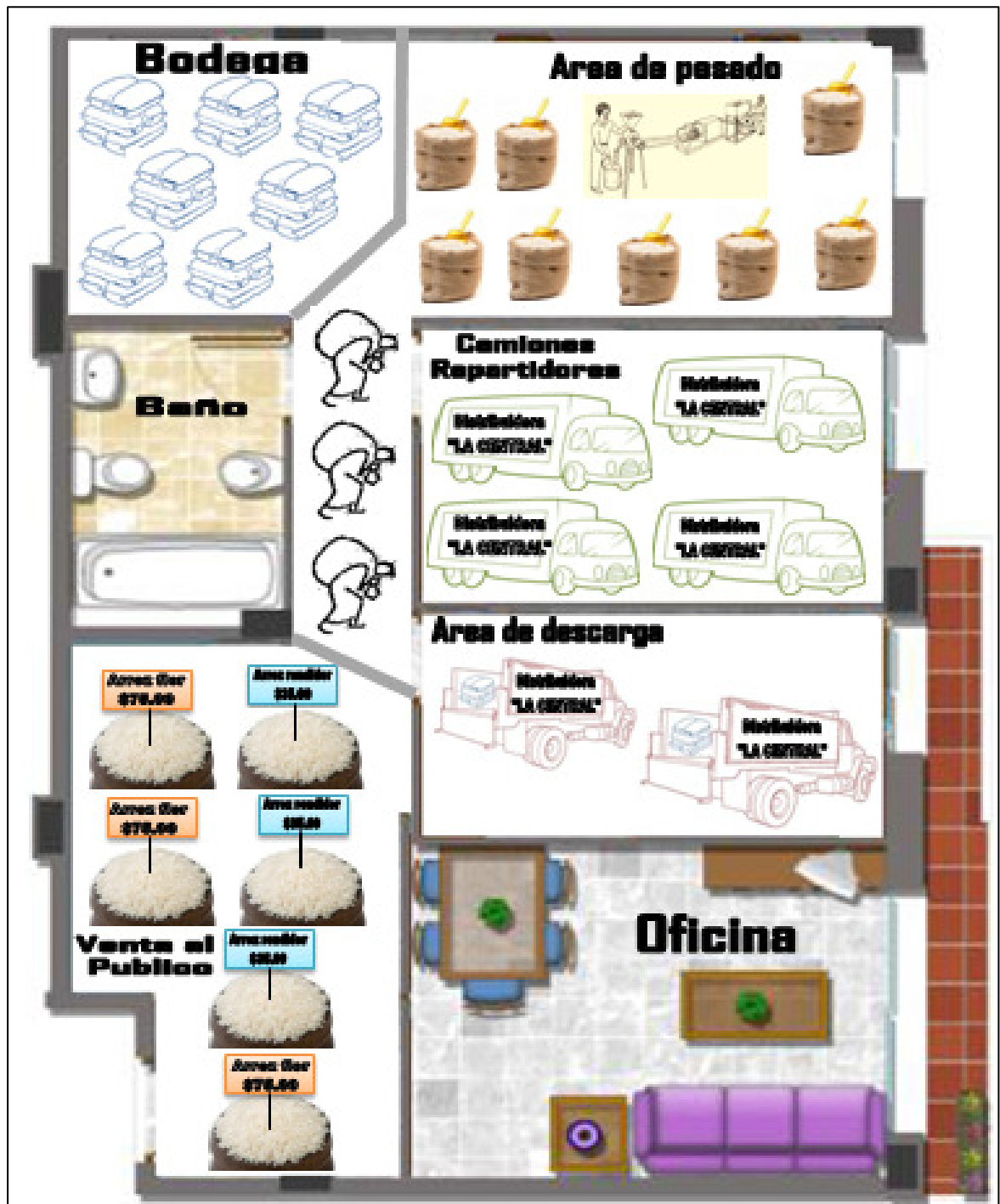


Fuente Distribuidora de arroz La Central

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.7.3.4. Distribución de la Planta

GRÁFICO # 37



Fuente Distribuidora de arroz La Central

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

3.7.4. Análisis de indicadores financieros de la Distribuidora de Arroz La Central

3.7.4.1. Índices de Liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.

a) Razón Corriente

FÓRMULA		
1.- Razón corriente		
<u>Activo corriente</u>		
Pasivo corriente		
	<u>16.161,83</u>	3,18
	5.088,02	

La Distribuidora La Central en su razón corriente para el año 2011 nos demuestra claramente que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos corrientes. Para el año 2011 obtuvo el 3,18 cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la distribuidora de pagar sus deudas.

b) Prueba acida

FÓRMULA		
2.- Prueba del acido		
<u>Activo corriente – inventarios</u>		
pasivo corriente		
	<u>7.661,83</u>	1,51
	5.088,02	

Podemos determinar que para el año 2011 La Distribuidora La Central tiene el 1,51 lo que quiere decir que cuenta con \$1,51 para cancelar un dólar de deuda de forma inmediata y todavía le queda un remate del 0,51% el cual puede utilizarse como capital de trabajo.

c) Periodo promedio de cobranza

FÓRMULA		
1,-Periodo promedio de cobranza		
<u>Cuentas por cobrar</u>		
Ventas Netas		
	<u>1.350.000,00</u>	6.13
	220.000,00	

A través de este análisis podemos darnos cuenta el largo tiempo de espera para que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo es de 6 días para recuperar los valores de los créditos otorgados a los clientes.

d) Rotación de las Cuentas por cobrar

FÓRMULA		
2,- Días de pago		
<u>Valores de cuentas acredito</u>		
Cuentas por cobrar		
	<u>220.000,00</u>	58.66
	3.750,00	

Este ratio permite vislumbrar las normas de pago de la distribuidora mide el número de veces que las cuentas por pagar se convierten en efectivo en el curso del año, en este caso el margen es correspondiente es de 58 días.

3.7.4.2. Índices de Productividad

Los índices de productividad permiten al administrador controlar el desempeño de la empresa, en particular, para detectar algún cambio en la productividad.

a) Margen de utilidad

FÓRMULA		
1,-Margen de utilidad		
$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$		
$\frac{8.578,18}{220.000,00}$		
		3,90%

Podemos determinar que Distribuidora La Central ha generado utilidades equivalentes al 3,90% lo que quiere decir que por cada UM que vendió la distribuidora tubo una utilidad del 3,90% esto permite evaluar si el trabajo hecho en la operación durante el año, está produciendo una retribución para la distribuidora.

b) Margen Bruto

FÓRMULA		
2,-Margen de utilidad bruta		
$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$		
$\frac{33.000,00}{220.000,00}$		
		15%

Este ratio financiero determina cuanto se ha obtenido por cada dólar vendido luego de descontar el valor de ventas los resultados obtenidos en la distribuidora refleja 15%.

c) Margen de Operación

FÓRMULA		
3,-Margen de operación		
<u>Utilidad operacional</u>		
Ventas netas		
	<u>11.233,20</u>	5,11%
	220.000,00	

Los resultados que nos brinda la realización de este ratio financiero nos muestra que los ingresos que adquieren las distribuidoras después de pagarlos gastos administrativos y de venta corresponden al 5,11%.

3.7.4.3. Índices de Rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la distribuidora. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones.

a) Tasa de rendimiento sobre inversiones en activos

FÓRMULA		
1,-Tasa de rendimiento sobre las inversiones en activos.		
<u>Utilidad operacional</u>		
promedio de activos totales		
	<u>8.578,18</u>	13,76%
	62.346,33	

La distribuidora para el año 2011 obtuvo el 13,76% lo quiere decir que por cada UM invertido en los activos ese año produjo un rendimiento de 13,76 % sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero.

b) Tasa de rendimiento sobre el patrimonio

FÓRMULAS		
2,-Tasa de rendimiento sobre la patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Patrimonio		
	<u>8.578,18</u>	14.98%
	57.258,31	

Esto significa que por cada UM que el dueño mantiene genera un rendimiento del 14,98 % sobre el patrimonio. Es decir, mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario.

3.7.4.4. Índices de Endeudamiento

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

a) Razón de patrimonio a pasivo

FÓRMULA		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	<u>57.258,31</u>	11,25
	5.088,02	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo Distribuidora de arroz La Central cuenta con \$ 11,25 Dólares de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones.

c) Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA		
3.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	<u>57.258,31</u>	0,92
	62.346,33	

La razón de patrimonio sobre el activo indica que la distribuidora tiene independencia financiera ante sus acreedores. La posibilidad de que la distribuidora pueda financiarse con capital propio se reduce al 0.92%.

d) Razón de pasivo a activo

FÓRMULA		
4.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo		
	<u>5.088,02</u>	0,08
	62.346,33	

Esta razón financiera Mide la proporción del total de activos este considera la verdadera magnitud de la distribuidora la central para el año 2011 refleja una razón de pasivo a activo del 0,08.

3.7.5. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN), es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivo y el valor actual del costo inicial, erogado en efectivo, de un proyecto de desembolso de capital.

VAN empresa = \$ 63.274,11

El VAN arroja valores positivos, lo que demuestra una vez más la rentabilidad de la distribuidora

3.7.6. Tasa Interna De Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo, hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

TIR empresa = 52%

3.7.7. Informe De Rentabilidad

Sra.

Ligia Moreira

GERENTE PROPIETARIA DE DISTRIBUIDORA DE ARROZ LA CENTRAL

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud. desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad hacer de su conocimiento que una vez realizado los análisis financieros pertinentes a su distribuidora procedemos a rendir el informe correspondiente el mismo que detallamos a continuación.

A través de la presente hemos podido determinar los índices de liquidez que posee la empresa así como el proceso de Comercialización, canales de distribución además mediante el análisis de los ratios financieros determinamos la rentabilidad que la misma genera por lo cual podemos determinar los siguientes valores. Incide de liquidez 1.32 %, Margen de Utilidad 27%, Rendimiento 5%

La distribuidora de Arroz la Central , tiene como fortaleza principal la calidad de atención que se le brinda al cliente y tener los precios más bajos del mercado el poseer local propio es otra de sus fortalezas como la facilidad que le brinda a sus clientes para la distribución de sus pedidos ya que posee transporte, como oportunidad principal la utilización de mano de obra familiar hace que los costos en trabajadores sean menores lo que aumenta la productividad como debilidad encontramos que no posee un sistema de control de dinero como

tampoco un plan mercado, como principal amenaza posee una cartera de crédito limitada pero aun así maneja solvencia.

Es importante hacer de su conocimiento que dados los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa presenta una condición estable con un margen de utilidad que le garantiza los estándares de competitividad y como se aprecia en las proyecciones mantiene un rango de crecimiento notorio.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Natalia Soledad Cunuhay Pastueña
INVESTIGADORA

3.7.8. Análisis de los Indicadores financieros

GRÁFICO # 38

INDICADORES	NOBLE	KATHERINE	CENTRAL
LIQUIDEZ			
1. Razón Corriente	2,59	3.40	3,18
2. Prueba del Acido	1,7	1,67	1,51
3. Periodo Promedio de Cobranza	12.10 Días	8,10 Días	6,13 Días
4. Rotación de Cuentas por Cobrar	29,74	44,44	58,66
PRODUCTIVIDAD			
1. Margen de Utilidad	3,52%	3,21%	3,90%
2. Margen de Utilidad Bruta	15%	15%	15%
3. Utilidad de operación	4,87%	4,19%	5.11%
RENTABILIDAD			
1. Rendimiento sobre el Patrimonio.	14,40%	8%	14,98%
2. Rendimiento sobre la Inversión de Activos	12,98%	7,66%	13,76%
ENDEUDAMIENTO			
1. Razón de Patrimonio a Pasivo	9,14	23,11	11,25
2. Razón de Patrimonio a deuda largo plazo	42,58		
3. Razón de Patrimonio a Activo	0,9	0.96	0.92
4. Razón de Pasivo a Activo	0.10	0.04	0.08
5. Dependencia Bancaria	0.02		
6. Razón de cobertura de interés	18,94		
7. Razón de cobertura del pasivo	2,84		

Fuente Datos de la Investigación

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

Análisis:

Las distribuidoras de arroz en sus razones corrientes en el año 2011 nos muestran que las tres distribuidoras tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos corrientes, lo que indica que pueden cubrir sus deudas a corto plazo sin ningún problema, cuanto mayor sean estos indicadores mayor será la capacidad de pagar sus deudas, si tomamos en cuenta los índices de

productividad podemos determinar que las distribuidoras tienen un buen nivel de productividad desde su margen de utilidad hasta las utilidades marcadas de la operación, a nivel de rentabilidad podemos establecer que las empresas tienen toda la capacidad para generar ingresos y sus porcentajes son estimados como satisfactorios, de acuerdo a los índices representados al margen de endeudamiento es importante destacar que las tres empresas tienen las posibilidades de hacer frente a sus deudas con sus activos lo que garantiza la estabilidad de las Distribuidoras.

3.7.9. Análisis del TIR Y VAN

GRÁFICO # 39

INDICADORES	NOBLE	KATHERINE	CENTRAL
VAN. Es importante para la valorización de un proyecto.	\$90.793,36	\$23,393.28	\$63.274,11
TIR. Decidir sobre la Aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, debe superar la tasa de descuento.	60%	27%	52%

Fuente Datos de la Investigación

Elaborado por Cunuhay Pastueña Natalia Soledad

Interpretación:

La tasa TIR calculada con las funciones del programa Excel es del 60% para la primera empresa, el 27% en la segunda distribuidora y el 52 %, lo que indica que es mayor al 20% por tanto, este es un indicador que evidencia que la actividad de

la distribución de arroz es rentable ya que nos indica mayores ganancias y beneficios económicos que mantener el dinero en una entidad bancaria o no invertir; además la tasa TIR manifiesta que la inversión tiene un retorno de 3 años, mientras que el VAN supera a la inversión inicial en las tres empresas evidenciando que se podrá incrementar el capital invertido en la distribución del mismo, corroborando lo expresado en los anteriores balances, es decir, que los negocios son rentables.

3.8. Relación con la economía del cantón La Maná

El cantón La Maná tiene 40.655 habitantes según el VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en noviembre del 2010.

La Población Económicamente Activa (PEA) del cantón La Maná suma 21.365 habitantes de los cuales solo el 46,91% se encuentran empleados, mientras que el desempleo es del 7,8%, el resto de habitantes son subempleados dedicados principalmente a tareas de comercio informal.

La población del cantón La Maná empleada en la distribución al por mayor de arroz es de 96 personas, mientras que el comercio minorista de arroz suma alrededor de 108 empleados, es decir, que 150 habitantes de la localidad están empleados en empresas dedicadas a la distribución de arroz.

A ellos se suman alrededor de 900 personas que trabajan en plantaciones o que compran arroz y lo comercializan al por menor, en tiendas y , lo que incrementa el número de personas empleadas en las actividades de distribución de arroz a 750 habitantes, que representa el 3,51% de la PEA y el 7,50% de la población con empleo. Esto significa que si la distribución de arroz desaparece del mercado lamanense, por lo menos 10 de cada 100 trabajadores quedarán en el desempleo, aumentando la tasa de desempleo en el 7,50%, en cambio si se incrementan las empresas distribuidoras de arroz en la localidad, podrían reducir en un porcentaje

mayor al 2% la tasa de desempleo, lo que pone de manifiesto la importancia de la actividad en la economía del cantón La Maná.

La actividad de la distribución de arroz, representa alrededor del 2,2% de los ingresos de todas las actividades productivas en el cantón La Maná, representando una importante fuente de ingresos para el trabajador lamanense. En lo que corresponde a la relación entre la distribución de arroz en el cantón La Maná y su influencia en la economía ecuatoriana, se ha evidenciado que esta localidad participa con el 4% de la distribución de arroz a nivel nacional, es decir, que de cada 100 quintales que se distribuyen en el Ecuador, 3 son distribuidos por algún establecimiento lamanense.

De acuerdo a la información proporcionada por el Banco Central, la distribución nacional de arroz representa el 3% del PIB agrícola a nivel nacional, que a su vez representa el 15,49% del PIB de las ramas no petroleras, mientras que también la distribución de arroz participa con el 26% del PIB agrícola.

Esto quiere decir, que de cada \$100,00 generados por todas las empresas que realizan actividades agrícolas, \$4,00 lo generan los establecimientos dedicados a la distribución de arroz. Por tanto, la actividad que generan las empresas dedicadas a la distribución de arroz, podrían afectar sensiblemente a la economía nacional si es que desaparecen del mercado nacional, generando un incremento del desempleo y menores cargas impositivas para el empleado nacional.

Teniendo en cuenta que el desarrollo de las actividades de distribución de arroz, influenciará directa y favorablemente al crecimiento ocupacional, dinamización de la economía, mayor generación de riquezas en el país u mayores ingresos para los trabajadores del Cantón La Maná y sus alrededores.

Por lo expuesto podemos determinar que en el Cantón La Maná se comercializa \$1.892.796,58 ctv. Anuales en arroz cantidad que se distribuye en los diferentes centros de distribución del mismo que en el Cantón son cerca de 48 distribuidores.

3.9. Conclusiones y recomendaciones

3.9.1. Conclusiones

Como resultado de la elaboración de los estados financieros realizados en la Distribuidoras de arroz se ha tomado en cuenta algunos aspectos en el desarrollo de la investigación se pone a consideración las siguientes conclusiones:

- La realización de estados financieros, permitió conocer los costos reales de comercialización así como los márgenes de utilidad de las distribuidoras al realizar los respectivos análisis de ratios financieros se establece que el margen de utilidad es menor al obtenido mediante las encuestas por cuanto para la obtención de este rubro se tomo en cuenta todos los gastos que genera esta actividad.
- Una vez aplicado los indicadores a los estados financieros para cada uno de las distribuidoras se puede apreciar que la comercialización y rentabilidad genera un margen de utilidad confiable para la empresa.
- A demás se aprecia la realidad económica de las distribuidoras en estudio las mismas que tienen años de trayectoria en el cantón, el conocer la realidad financiera de las distribuidoras nos permitió alcanzar nuestros objetivos al determinar cuáles son los índices de liquidez, rentabilidad de las mismas, pudimos conocer cuál es el flujo de caja con su respectivas proyecciones así como el costo de ventas del producto en estudio ,como los criterios TIR, VAN, de modo que se pudo comprender cómo determinar si estos negocios son rentables y cuál es su impacto en la economía nacional.

3.9.2. Recomendaciones

Después de desarrollar el presente estudio se considera emitir las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda elaborar un sistema contable, para que sea utilizada por los inversionistas de la distribución de arroz , en su práctica diaria, para que puedan conocer la marcha de sus negocio y tomar decisiones en base a los resultados de los indicadores financieros, que permitan mejorar la oferta y demanda de este producto en la localidad y fuera de la localidad
- Se recomienda que los distribuidores opten por el sector crediticio para que puedan realizar inversiones que permitan mejorar sus negocios, crecer en el mercado local y nacional, así como mantener indicadores de rentabilidad el mismo que permita medir de manera más eficiente sus actividades económicas.
- Se recomienda a los Distribuidores acoger este proyecto para que mejoren su comercialización y rentabilidad del arroz el cual permito identificar los procesos requeridos aclarar sus dudas y la realización de esta investigación seguro servirá de fuente para futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **CARRION**, Mena STANLEY Blue.*Economía*. Decimocuarta edición. Colombia, Santa Fe de Bogotá: Nomos S.A., 2009. 428 p. ISBN: 958-41-0102-1.
- **CONE**, Jaw. *Comercialización*. Primera Edición. Editorial Prentice Hall. México D. F., 2008.
- **CUEVAS** Carlos Fernando, *Contabilidad de costos*. Segunda Edición. Colombia, Bogotá: Editorial Printece Hall, 2009. ISBN: 958-699-037-0
- **COUTER**, Mary; **STHEPEN**, Philip. *Administración*. 5ta Edición. España: Prentice – Hall Hispanoamericana S.A., 1996. 68 p. ISBN: 970-26-0763-9.
- **CHIAVENATO**, Idalberto.*Introducción a la Teoría General de la Administración*. 5ta ed. México: McGraw-Hill. Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2007. 458 p. ISBN: 978-92-75-32913-9.
- **F. MONTILLA**, Jean-Jacques.*Bases de la Microeconomía* tercera edición. McGraw Hill, España, 2008 pg 5 – 11
- **GONZÁLEZ**, Pascual. *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*. España, Madrid: Pirámide, 2008. 140 p. ISBN: 997-485-481-11.

- **KOTLER Philip**, *Fundamentos de marketing. Sexta Edición.* México, México D.F.: Editorial Criba., 2007. 400 p.
- **MEDINA Mercedes**, *Contabilidad General.* Editorial Nuevo Día. Quito – Ecuador: Quinta Edición, 2008. 58 p. ISBN 9978 – 41 – 863 – 6.
- **MONCAYO Richard**. *Técnicas de agrarias para la distribución del cultivo Arroz.* Editorial Limusa: México – México D.F., Primera Edición, 2002. 530 p. ISBN 968-18-1974-8.
- **PALACIO, Alfredo, Fernando**. *Proyecto de Producción.* Novena edición. Ecuador, Loja: Ibalpe, 2009. 157 p. ISBN: 745-78-78-4.
- **PASCUAL, J.**, *Fundamentos de finanzas para el empresario moderno.* Primera Edición. Guayaquil, Ecuador: 2008. 24 p.
- **ROBLES Robert**, *Macroeconomía.* Primera Edición. España, Madrid: Editorial McGraw Hill., 2007. 27 p. ISBN: 84-481-0968-6.
- **ROCA, Stwar**. *Investigación de Mercado.* Segunda edición. México: Criba, 2008. 80 p. ISBN: 968-8847-45-4.
- **VEGA, Safrasani Paul; NORDHAUS William**. *Economía.* RABASCO, Esther (Trad): Decimoquinta Edición. España, Madrid: Basauri, 2007. 83 p. ISBN: 0-07-054981-8
- **ZORRILLA Santiago**, *Macroeconomía.* Primera Edición. España, Madrid: Editorial McGraw Hill., 2007. 22 p. ISBN: 84-481-0968-6.

TEXTOS ELECTRÓNICOS

- [LOZANO PEÑA Heitel Bolívar](#), *Diagnostico Técnico Y Transferencia De Tecnología En El Manejo Del Cultivo De Arroz Para La Zona De Santa Lucia Provincia del Guaya*, [ref. de 12 de Junio 2011]. Disponible en WEB: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/4534>.
- MANRRIQUE FRANKET María, *Distribuidoras de arroz a nivel mundial*, [en línea] [México], 2007, [ref. 05 de junio del 2011] Disponible en Web: http://www.a-campo.com.ar/espanol/gest_tec/ges_tec18.htm.
- [MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA](#), *El Arroz*, [en línea] [México], 2007, [ref. 05 de junio del 2011] Disponible en Web:
- [ORTIZ VERA Elisa Amelia \(2010\)](#) *Diagnostico Técnico Y Transferencia De Tecnología En El Manejo Del Cultivo De Arroz Para La Zona De Palestina, Provincia del Guayas*, [ref. de 12 de Junio 2011]. Disponible en WEB: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/diagnostico-tecnico-transferencia-tecnologia-manejo-cultivo-arroz-zona-palestina/id/52147482.html
- SILVA, María Eugenia *Rentabilidad*, [en línea] [México], 2009, [ref. 05 de junio del 2011] Disponible en Web; <http://www.mailxmail.com/curso-gestion-empresarial>.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

SEDE LA MANA

CUESTIONARIO PARA CLIENTES

Proyecto de tesis: “Comercialización y Rentabilidad de los centros Mayoristas de Arroz y su Relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi”.

Para efectos de la realización de la presente investigación es necesario recabar información de fuente primaria, por lo que recurrimos de la manera más respetuosa solicitarle se sirva a responder el siguiente cuestionario.

En calidad de responsable de la investigación, nos responsabilizamos a guardar absoluta reserva a las respuestas que usted me brinde en el instrumento propuesto, expresando de antemano mi reconocimiento sincero por su invaluable apoyo para el éxito de este proceso de investigación.

Marca con una X en la alternativa que consideres la adecuada

1.- ¿Con que frecuencia compra arroz ?

Diaria ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

2.- ¿De los siguientes tipos de Arroz cuál consume con frecuencia?

Flor ()

Corriente ()

Otro ()

3.- ¿Cuál es el lugar donde frecuenta consumir estos elementos?

Minoristas ()

Mayoristas ()

4.- ¿Cuándo compra arroz se fija en calidad o en precio??

Precio ()

Calidad ()

5.- ¿Cuál es el precio que usted paga por cada quintal de arroz?

30 dólares ()

32 dólares ()

35 dólares ()

38 dólares ()

40 dólares ()

6.- ¿El servicio que brinda las distribuidoras de arroz se adapta perfectamente a sus necesidades como usuario?

Si ()

No ()

7.- ¿Al momento de comprar el arroz que es lo que primero toma en cuenta?

La variedad ()

La atención()

8.- ¿Recibe Ud. alguna línea de crédito de la distribuidora de arroz de su preferencia ?

Si ()

No ()

9.- ¿Le brinda buena atención en el Centro Mayorista de arroz ?

Si ()

No ()

10.- ¿Qué clase de consumo le da al arroz que compra ?

Personal ()

Para venta en tiendas ()

La Maná..... de.....del 2011

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

SEDE LA MANÁ

CUESTIONARIO PARA DISTRIBUIDORES DE ARROZ

Proyecto de tesis: “Comercialización y Rentabilidad de los Centros Mayoristas de Arroz y su Relación con la Economía del Cantón la Maná, provincia de Cotopaxi”

Para efectos de realización de la presente investigación es necesario recabar información de fuente primaria, por lo que recurrimos a su bondad para de la manera más respetuosa solicitarle se sirva responder el siguiente cuestionario.

En calidad de responsable de la investigación, nos responsabilizamos a guardar absoluta reserva a las respuestas que usted me brinde en el instrumento propuesto, expresando de antemano mi reconocimiento sincero por su invalorable apoyo para el éxito de este proceso de investigación.

Marcar una X en la alternativa que considere la adecuada.

1. ¿El negocio se encuentra legalmente constituido?

Si ()

No ()

2. ¿Conoce ud. lo que es un análisis de Comercialización y Rentabilidad?

Si ()

No ()

3. ¿Esta usted de acuerdo en que se realice una Comercialización y Rentabilidad de arroz?

Si ()

No ()

4. ¿Qué cargo ocupa en la Distribuidora de Arroz?

Propietario ()

Administrador ()

Empleado ()

Otro ()

5. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la distribuidora?

1-5 años ()

6-10 años ()

11-15 años ()

Mayor de 16 años ()

6. ¿Cuántos empleados tiene la el negocio?

1-5 personas ()

6-10 personas ()

11-15 personas ()

7. ¿Su Distribuidora posee convenios con clientes fijos para la venta al por mayor?

Si ()

No ()

8. ¿Indique las Estrategias que utiliza para comercializar el producto?

Publicidad ()

Promoción ()

Precio ()

9. ¿Aproximadamente cuantos quintales de arroz vende mensualmente?

1 a 100 quintales ()

101 a 200 quintales ()

201 a 300 quintales ()

10. ¿Indique el porcentaje de utilidad mensual que percibe por su negocio?

15% Utilidad ()

25% Utilidad ()

40% Utilidad ()

50% Utilidad ()

11. ¿Cómo considera usted al mercado del Cantón La Maná para expender este producto?

Excelente ()

Bueno ()

Malo ()

12. ¿Cuántos tipos de arroz distribuye ?

1 -3 ()

4 - 6 ()

7 -10 ()

La Maná,..... de..... del 2011

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

DISTRIBUIDORA DE ARROZ “NOBLE”



DISTRIBUIDORA DE ARROZ “KATHERINE”



DISTRIBUIDORA DE ARROZ “LA CENTRAL”



DISTRIBUIDORA DE ARROZ NOBLE

La Maná Av. Quito Y San Pablo · 209
Teléfono: 032- 687 – 787
LA MANÁ – COTOPAXI – ECUADOR

C E R T I F I C A C I Ó N

A petición verbal de la interesada, el suscrito Egdo. Noble Tigselema Eduardo, en calidad de Propietario de DISTRIBUIDORA NOBLE.

CERTIFICO:

Que la Srta. Cunuhay Pastueña Natalia Soledad Portadora de la cedula de identidad # 050330096-4 realizo en la distribuidora de arroz de mi propiedad la investigación concerniente a la comercialización y rentabilidad del arroz para lo cual recopiló la información necesaria obteniendo de nuestra parte toda la mayor apertura posible para la realización de su trabajo, el mismo que fue muy oportuna y de mucha ayuda para mi negocio

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad; facultando ala mencionado Señorita, hacer uso del presente documento, siempre enmarcado dentro de los fines legalesy agradeciendo sobre manera el especial interés así como la ayuda brindada

La Maná ,19 de Noviembre del 2012

Atentamente

.....
Egdo.Noble Tigselema Eduardo

C.I. # 050146201-4

GERENTE PROPIETARIO

DEPOSITO DE ARROZ *Katherine*

La Maná Av. San Pablo y 19 de Mayo

Teléfono: 032- 687 – 111
LA MANÁ – COTOPAXI – ECUADOR

C E R T I F I C A C I Ó N

A petición verbal de la interesada, la suscrita Sra. Katherine Cabrera, en calidad de Gerente Propietaria de DISTRIBUIDORA KATHERINE tengo a bien.

CERTIFICAR:

Que conozco a la Srta. Cunuhay Pastueña Natalia Soledad Portadora de la cedula de identidad # 050330096-4 quien realizo una investigación en el depósito de arroz de mi propiedad correspondiente a la comercialización y rentabilidad del arroz y su relación económica con el Cantón La Maná para lo cual recopiló la información necesaria de nuestra parte contocon el apoyo respectivo para la realización de su trabajo , el mismo que fue muy bien elaborado y un tema de mucha necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad; facultando al mencionada Señorita, hacer uso del presente documento, siempre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná ,19 de Noviembre del 2012

Atentamente

.....
Sra. Katherine Cabrera
C.I. # 050362154-0
PROPIETARIA

DEPOSITO DE ARROZ

La Central

La Maná Av. 19 de Mayo y Calabi

C E R T I F I C A C I Ó N

A petición verbal de la interesada, la suscrita Sra. Ligia Moreira, en calidad de Gerente Propietaria de la distribuidora de Arroz La Central tengo a bien .

CERTIFICAR:

La Srta. Cunuhay Pastueña Natalia Soledad Portadora de la cedula de identidad # 050330096-4 quien realizo una investigación en la distribuidora de arroz de mi propiedad correspondiente a la comercialización y rentabilidad y su relación económica con el Cantón La Maná para lo cual recopiló la información necesaria de nuestra parte conto con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo , el mismo que fue muy mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad; facultando al mencionado Señor, hacer uso del presente documento, siempre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná ,19 de Noviembre del 2012

Atentamente

.....
Sra. Ligia Moreira
C.I. # 025345254-0
PROPIETARIA

